

Dadansoddi ar gyfer Polisi



Analysis for Policy

Ymchwil gymdeithasol

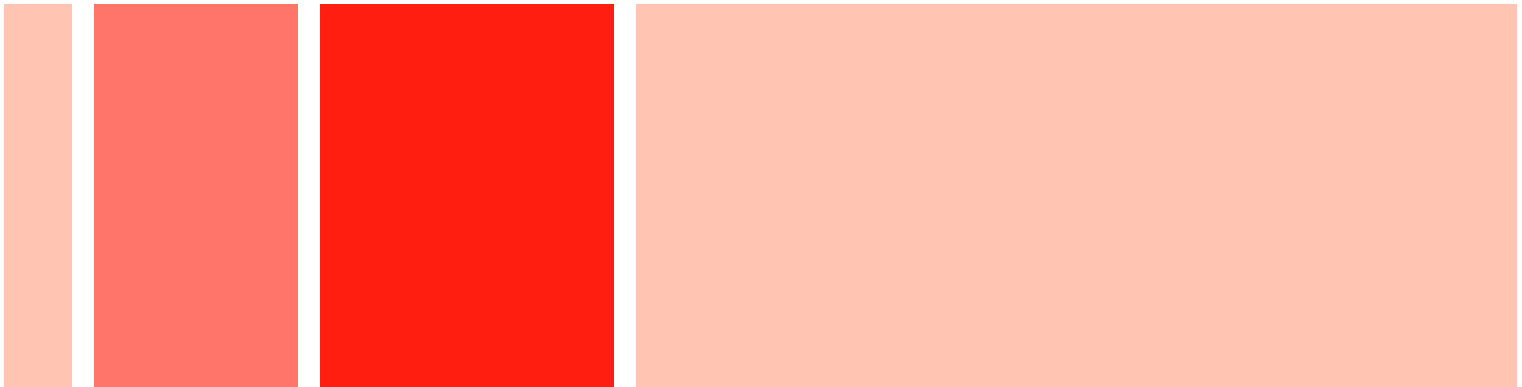
Rhif: 22/2013



Llywodraeth Cymru  
Welsh Government

[www.cymru.gov.uk](http://www.cymru.gov.uk)

# Arolwg Busnes Twristiaeth Cymru Cam 1, 2013



# **Arolwg Busnes Twristiaeth Cymru – Cam 1, 2013**

## **Ymchwil ar ran Croeso Cymru**

**Sarah McDonough, Beaufort Research Ltd.**



Barn yr ymchwilydd a fynegir yn yr adroddiad hwn ac nid barn Llywodraeth Cymru

I gael mwy o wybodaeth cysylltwch ag:

Ella Hastings

Gwasanaethau Gwybodaeth a Dadansoddi

Llywodraeth Cymru

Canolfan QED, Ystâd Ddiwydiannol Trefforest

Pontypridd, Rhondda Cynon Taf, CF37 5YR

Ffôn: 0300 061 6038

E-bost: [ella.hastings@wales.gsi.gov.uk](mailto:ella.hastings@wales.gsi.gov.uk)

Ymchwil Gymdeithasol Llywodraeth Cymru

ISBN 978-0-7504-9331-4

© Hawlfraint y Goron 2013

<b>1. CYFLWYNIAD AC AMCANION.....</b>	<b>1</b>
<b>2. METHODOLEG.....</b>	<b>2</b>
<b>3. CANFYDDIADAU ALLWEDDOL.....</b>	<b>4</b>
<b>4. PRIF GANFYDDIADAU .....</b>	<b>6</b>
4.1 Hyder Busnesau .....	6
4.2 Hysbysebu a Hyrwyddo .....	11
4.3 Ar-lein yn erbyn Deunydd Printiedig mewn Marchnata.....	16
4.4 Safleoedd Adolygu Cwsmeriaid .....	19

**ATODIAD****HOLIADUR YR AROLWG**

## 1. CYFLWYNIAD AC AMCANION

---

Mae Llywodraeth Cymru wedi bod yn cynnal Arolwg Busnesau Twristiaeth Cymru ers 2004. Mae'r arolwg yn rhoi cipolwg gwerthfawr i'r ffordd y mae busnesau twristiaeth yng Nghymru yn perfformio, a'u rhagolygon busnes. Mae'r arolwg yn cynnwys sawl cam o ymchwil ac mae'n ymgysylltu â sampl gynrychioladol o fusnesau yn y sectorau llety ac atyniadau yng Nghymru.

Yr agwedd allweddol ar y prosiect yw ei allu i ddarparu *mewnwelediad yn gyflym*, yn dilyn cyfnodau gwyliau allweddol drwy gydol y flwyddyn. Mae'r mewnwelediadau hyn yn darparu awgrymiadau cynnar o berfformiad busnes.

I sicrhau y cwblheir y gwaith yn gyflym, cedwir at amserlen dynn ar gyfer pob cam o'r arolwg. Mae'r gwaith maes wedi'i amserlennu i ddigwydd ar unwaith yn dilyn dyddiad penodol - mae'r adroddiad hwn yn ymwneud â chyfnod gwyliau'r Pasg. Cyflenwir data'r ymchwil erbyn diwedd yr wythnos o waith maes, gydag adroddiad cyflawn yn cael ei gwblhau erbyn yn gynnar yr wythnos wedyn.

Y meysydd pwnc yr ymdrinnir â hwy yng Ngham 1 yr arolwg Busnesau Twristiaeth 2013 yw:



### Hyder busnesau

*Nifer y gwesteion / ymwelwyr o'i gymharu â'r flwyddyn flaenorol a hyder yn nhymor haf 2013.*



### Hysbysebu a hyrwyddo

*Defnyddio offer marchnata ar-lein, yn ogystal â deunyddiau printiedig, Canolfannau Croeso ac asiantau gosod tai i hyrwyddo'r busnes, a monitro sut y daeth cwsmeriaid i glywed am y busnes*



### Ar-lein yn erbyn Deunydd Printiedig mewn Marchnata

*Effeithiolrwydd canfyddedig marchnata ar-lein o'i gymharu â llyfrynnau a thafleuni printiedig*



### Safleoedd Adolygu Cwsmeriaid

*Defnyddioldeb canfyddedig gwefannau adolygu cwsmeriaid fel Trip Advisor*

Mae'r adroddiad hwn yn cynnwys y prif ganfyddiadau sy'n deillio o'r arolwg.

## 2. METHODOLEG

---

Cynhaliwyd yr arolwg dros y ffôn gan ddefnyddio technoleg CATI (Cyfweiliadau Personol gyda Chymorth Cyfrifiaduron) gan uned gyfsweld benodedig Beaufort Research. Cymerodd cyfweiliadau rhwng 5 - 8 munud i'w cwblhau a chynigwyd dewis i bob ymatebydd gynnal eu cyfsweld yn yr iaith o'i ddewis, Saesneg neu Gymraeg. Cymerodd cyfanswm o 4% o'r sampl eu cyfsweld yn Gymraeg; roedd mwy wedi manteisio ar yr opsiwn hwn yng Ngogledd Cymru (8%), a'r lleiaf yn Ne Ddwyrain Cymru (1%).

Cynhaliwyd cyfanswm o **406 cyfweiliad**, a digwyddodd gwaith maes ar 8<sup>fed</sup> a 9<sup>fed</sup> Ebrill 2013. Cynhyrchwyd yr adroddiad hwn bnawn dydd Llun 15<sup>fed</sup> Ebrill; llwyddwyd i wneud y gwaith yn gyflym oherwydd yr ymateb rhagorol gan y busnesau a oedd yn frwdfrydig ac yn barod iawn i gymryd rhan.

Roedd y grŵp samplu ar gyfer yr ymchwil (a oedd yn cynnwys busnesau heb radd yn ogystal â rhai â gradd) yn cynnwys busnesau llety yng Nghymru oedd yn hysbys i Groeso Cymru (wedi'i ddarparu gan Groeso Cymru ac wedi'i ddarganfod gan Beaufort Research), a phob atyniad twristiaeth hysbys yng Nghymru (a ddelir gan Beaufort Research). Roedd y busnesau'n ymrannu'n un o bedwar grŵp busnes gwahanol:

- Atyniadau
- Llety â gwasanaeth
- Llety hunan ddarpar
- Safleoedd Carafanau.

Cafodd busnesau eu categorio hefyd yn ôl rhanbarth. Cafodd yr Awdurdodau Unedol canlynol eu cynnwys ym mhob un o bedwar rhanbarth Llywodraeth Cymru a ddefnyddiwyd ar gyfer dadansoddi'r data:

<b>Gogledd Cymru</b>	<b>Canolbarth Cymru</b>	<b>De Orllewin Cymru</b>	<b>De Ddwyrain Cymru</b>
Ynys Môn	Ceredigion	Sir Gaerfyrddin	Blaenau Gwent
Conwy	Gwynedd*	Castell-nedd	Pen-y-bont ar Ogwr
Sir Ddinbych	Powys	Port Talbot	Caerffili
Sir y Fflint		Sir Benfro	Caerdydd
Gwynedd*		Abertawe	Merthyr Tudful
Wrecsam			Casnewydd
			Sir Fynwy
			Rhondda Cynon Taf
			Tor-faen
			Bro Morgannwg

\* Noder bod Awdurdod Unedol Gwynedd yn pontio dau ranbarth Llywodraeth Cymru, Gogledd a Chanolbarth Cymru, yn dibynnu ar sector y cod post.

Mabwysiadwyd ymagwedd samplu data, yn ôl y math o fusnes a rhanbarth. Roedd y cwotâu a osodwyd yn gyson â'r rhai a ddefnyddiwyd yng nghymau blaenorol yr ymchwil, ac yn arwain at gyfnewid â sampl o fusnesau oedd yn fras yn broffil cynrychioladol. Ni phwysolwyd y data.

Mae tabl 1 isod yn amlinellu nifer y cyfweiliadau a gynhaliwyd gyda phob grŵp busnes ar draws pob un o bedwar rhanbarth Llywodraeth Cymru.

**Tabl 1 - cyfweiliadau a gafwyd yn ôl math o fusnes a rhanbarth**

Math o fusnes	Rhanbarth				CYFANSWM
	Gogledd	Canolbarth	De Orllewin	De Ddwyrain	
Atyniadau	29	11	21	18	79
Llety – â gwasanaeth	46	29	29	33	137
Llety - hunan ddarpar	45	26	36	22	129
Llety - carafanau	15	19	22	5	61
<b>CYFANSWM</b>	<b>135</b>	<b>85</b>	<b>108</b>	<b>78</b>	<b>406</b>

Mae'n bwysig cofio bod y gwaith ymchwil hwn wedi'i lunio i fod yn **ddangosydd perfformiad cynnar** yn unig yn niwydiant twristiaeth Cymru tra bod yr Arolwg Twristiaeth Prydain Fawr (GBTS) a'r Arolwg Teithwyr Rhyngwladol (IPS) sy'n fanylach fel arfer yn cael eu paratoi i'w rhyddhau tua chwe mis yn ddiweddarach. Mae'r casgliadau a gyflwynir yma yn grynodedb o'r adborth gan y diwydiant, ond mae ffigurau Arolwg Twristiaeth y Deyrnas Unedig (UKTS) ac Arolwg Teithwyr Rhyngwladol (IPS), pan gânt eu rhyddhau, wedi'u llunio i ddarparu darlun mwy cywir.

### 3. CANFYDDIADAU ALLWEDDOL

---

#### Hyder Busnesau

- Roedd bron hanner (49%) o'r holl fusnesau a sefydlwyd mwy na 12 mis wedi derbyn llai o westeion / ymwelwyr y Pasg hwn o'i gymharu â'r Pasg diwethaf. Roedd traean arall (34%) wedi derbyn tua'r un nifer, tra mai dim ond 14% a ddywedodd iddynt dderbyn mwy o westeion / ymwelwyr eleni o'i gymharu â'r llynedd. Roedd niferoedd ymwelwyr yn fwy tebygol o fod yn uwch na'r llynedd ar gyfer atyniadau (28% yn dweud mwy) ac yn llai na'r llynedd ar gyfer safleoedd carafanau (82% yn dweud llai).
- Ar gyfer busnesau'n derbyn mwy o westeion / ymwelwyr eleni, teimlwyd bod gwell tywydd (17%) ac ymdrechion marchnata (13%) wedi cyfrannu at gynnydd mewn niferoedd. Ar y llaw arall, i'r busnesau hynny oedd wedi derbyn llai o westeion, ystyriwyd mai'r tywydd gwael oedd y prif reswm dros hyn (79%).
- Yn gysylltiedig yn agos â niferoedd gwesteion / ymwelwyr, adroddodd hanner y busnesau y cyfwelwyd â hwy drosiant is y Pasg hwn o'i gymharu â'r Pasg diwethaf (50%), gyda chwarter yn dweud bod y trosiant eleni yr un peth (26%), a dim ond 17% yn dweud ei fod yn uwch.
- Er gwaethaf y dirywiad cyffredinol yn niferoedd y gwesteion / ymwelwyr y Pasg hwn o'i gymharu â'r Pasg diwethaf, roedd y rhan fwyaf o fusnesau'n hyderus am dymor yr haf sy'n dod (73%), gyda 21% yn hyderus iawn a 52% yn weddol hyderus. Fodd bynnag, nid oedd lleiafrif sylweddol o un ym mhob pump (21%) yn hyderus am yr haf.

#### Hysbysebu a Hyrwyddo

- Yn gyffredinol, roedd 89% o fusnesau wedi defnyddio marchnata ar-lein, tra bod 57% wedi defnyddio ffynonellau all-lein. Gellir dadansoddi hyn fel a ganlyn:
  - 34% dim ond yn defnyddio ffynonellau ar-lein
  - 2% wedi defnyddio ffynonellau all-lein
  - 55% wedi defnyddio'r ddau.
- Nid oedd 7% arall o fusnesau yn bwriadu mynd ati i farchnata eu busnes, gan ddibynnu yn lle hynny ar fusnes ailadroddus, argymhellion gan gwsmeriaid a masnach oedd yn pasio heibio.
- Defnyddiodd y mwyafrif llethol o fusnesau'n marchnata eu busnes ar-lein eu gwefan eu hunain (96%), tra bod wyth ym mhob deg yn defnyddio gwefan Croeso Cymru neu wefannau twristiaeth eraill fel lastminute.com a gwefan eu hawdurdod lleol (81% ar gyfer pob un).

- Ymhlith y busnesau hynny a oedd yn bwriadu hyrwyddo eu busnes yn defnyddio deunyddiau printiedig ac argymhellion busnes, roedd y rhan fwyaf yn defnyddio Canolfannau Croeso Cymru (85%), tra bod tri chwarter yn argraffu taflenni ar gyfer eu busnes (76%).
- Pan ofynnwyd iddynt ystyried pa ddull y teimlent a fyddai'n ennill y busnes mwyaf, teimlwyd bod ffynonellau ar-lein yn fwy effeithiol na rhai all-lein. Teimlwyd mai'r dull marchnata ar-lein mwy effeithiol oedd gwefan y busnes ei hun (38%), tra yr ystyriwyd mai taflenni oedd y dull all-lein mwyaf effeithiol (10%).
- Roedd y mwyafrif o fusnesau'n mynd ati i fonitro sut y clywodd eu gwsteion / ymwelwyr amdanynt (81%) - dywedodd 45% eu bod yn gwneud hyn drwy'r amser, tra bod 36% yn ei wneud weithiau. Fodd bynnag, adroddodd bron un ym mhob pump (18%) nad oeddent yn monitro sut y clywodd eu gwsteion / ymwelwyr amdanynt.

#### Ar-lein yn erbyn Deunydd Printiedig mewn Marchnata

- Roedd atyniadau'n llawer mwy cadarnhaol am rôl deunydd printiedig mewn hyrwyddo eu busnesau; roedd y mwyafrif llethol (95%) yn cytuno bod "*Taflenni / llyfrynnau printiedig yn bwysig o hyd i lawer o gwsmeriaid, er gwaethaf poblogrwydd y rhyngrwyd*", tra bod dim ond 64% o fusnesau llety yn cytuno â hyn.
- I'r gwrthwyneb, tra bod 82% o atyniadau'n anghytuno â'r datganiad "*Nid yw'n werth imi gynhyrchu taflenni / llyfrynnau printiedig bellach gan fod y rhan fwyaf o bobl yn chwilio ar-lein*", dim ond tua thraean o fusnesau llety a anghytunodd â hyn (31%) - cytunodd 57% o'r busnesau hyn â'r datganiad hwn.

#### Safleoedd Adolygu Cwsmeriaid

- Ar y cyfan, roedd barn wedi'i rhannu ar ddefnyddioldeb safleoedd adolygu cwsmeriaid; tra bod bron hanner (48%) o bob busnes yn meddwl eu bod yn ddefnyddiol (21% yn ddefnyddiol iawn; 27% yn eithaf defnyddiol), nid oedd tua thraean (31%) yn meddwl eu bod yn arbennig o ddefnyddiol ar gyfer eu busnes (9% ddim yn ddefnyddiol iawn; 22% ddim yn ddefnyddiol o gwbl). Nid oedd cyfran sylweddol fodd bynnag yn gwybod (21%).



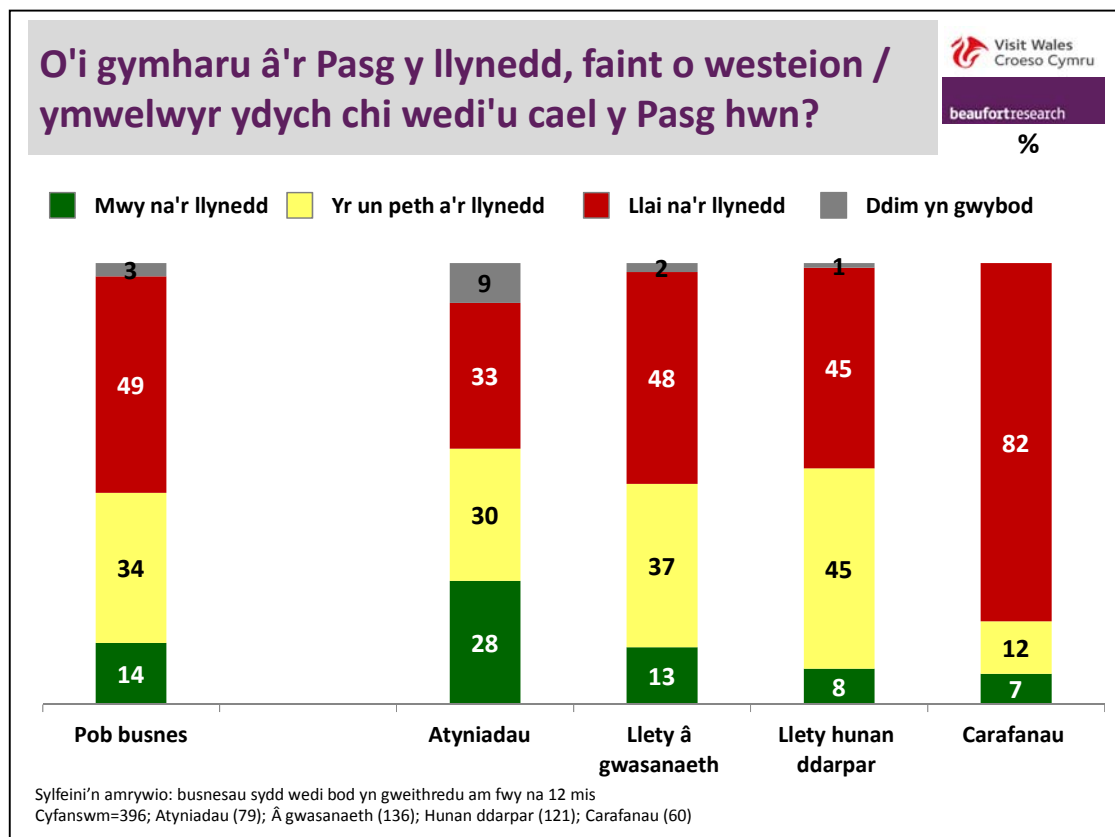
## 4. PRIF GANFYDDIADAU

### 4.1 Hyder Busnesau

Gofynnwyd i'r busnesau hynny oedd yn bodoli ers mwy na 12 mis gymharu nifer y gwsteion / ymwelwyr yr oeddent wedi'u derbyn yn ystod tymor y Pasg â'r rhai a dderbyniwyd yn ystod y Pasg y llynedd. Dywedodd ychydig dros draean (34%) eu bod wedi derbyn tua'r un maint, tra bod cyfran cymharol fach (14%) yn adrodd eu bod wedi derbyn mwy o westeion / ymwelwyr y Pasg hwn. Fodd bynnag, dywedodd bron hanner (49%) o'r busnesau y cyfwelwyd â hwy eu bod wedi derbyn llai o westeion / ymwelwyr eleni o'i gymharu â'r llynedd.

Gan edrych ar hyn yn ôl math o fusnes, dangosodd atyniadau'r gyfran uchaf o fusnesau'n derbyn mwy o westeion (28%), tra bod y mwyafrif llethol o safleoedd carafán wedi adrodd eu bod wedi derbyn llai o westeion (82%) - gweler Ffigur 1 isod.

Ffigur 1



Gan edrych ar y gymhariaeth o gwsmeriaid yn ôl rhanbarth, gellir gweld bod y gyfran uchaf o fusnesau sy'n adrodd llai o westeion wedi'i lleoli yng Nghanolbarth Cymru (60%), tra bod y gyfran uchaf sy'n adrodd mwy o westeion (16%) wedi'u lleoli yn y De Ddwyrain (lle mae cyfran uchel o atyniadau am ddim wedi'u lleoli).

Ymhlith y busnesau a oedd wedi derbyn mwy o westeion, honnodd llawer fod hyn oherwydd y tywydd gwell (17%) a'u hymdrechion marchnata eu hunain (13%). Dywedodd tuag un ym mhob deg eu bod wedi gwella eu hystafelloedd neu gyfleusterau (9%) neu wedi cynyddu eu capasiti (7%), tra bod cyfrannau llai yn ystyried bod eu cynnydd mewn gwsteion / ymwelwyr i'w priodoli i welliant mewn twristiaeth (6%) a mwy o bobl Prydain yn aros ac yn mynd ar wyliau yn y DU (4%) - gweler Tabl 2 isod am ragor o fanylion.

**Tabl 2**

<b>Pam ydych chi'n meddwl eich bod wedi cael mwy o westeion/ymwelwyr (peidiwch â chynnig awgrymiadau)?</b>	<b>% ymatebwyr</b>
<b>Tywydd gwell</b>	17
<b>Marchnata eu hunain</b>	13
<b>Ystafelloedd/cyfleusterau gwell</b>	9
<b>Mwy o gapasiti</b>	7
<b>Gwelliant mewn twristiaeth</b>	6
<b>Mwy o bobl Brydeinig yn aros yn y DU</b>	4
<b>Digwyddiadau yn yr ardal</b>	4
<b>Busnes wrth yr un bobl</b>	2
<b>Arall</b>	52
<b>Ddim yn gwybod</b>	11

Sylfaen = busnes yn masnachu 12+ mis gyda mwy o ymwelwyr y Pasg hwn o'i gymharu â'r llynedd (54)

Ehangodd rhai busnesau ar yr ymdrechion roeddent wedi'u gwneud i wella eu busnes, gan gynnwys cynyddu eu gwariant ar hysbysebu a datblygu eu presenoldeb ar-lein.

*"Ymunon ni â gwefan booking.com"*

(Llety â gwasanaeth, Gogledd Cymru)

*"Rydym wedi ehangu ein gwefan"*

(Carafanau, De Orllewin Cymru)

Gwnaeth busnesau eraill sôn am sut y cafodd digwyddiadau yn eu hardal effaith gadarnhaol ar y busnes.

*"Roedd confensiwn eglwysig yn Pontin's a wnaeth effeithio arnon ni"*

(Llety â gwasanaeth, Gogledd Cymru)

Ymhlith y gyfran uchaf o fusnesau a ddywedodd eu bod wedi derbyn llai o westeion y Pasg hwn o'i gymharu â'r Pasg diwethaf, roedd y mwyafrif yn teimlo bod hyn yn ganlyniad uniongyrchol i'r tywydd gwael (79%), tra bod tuag un ym mhob tri (29%) yn teimlo bod yr hinsawdd economaidd yn gyfrifol am iddynt dderbyn llai o westeion - gweler Tabl 3 isod am ragor o fanylion.

**Tabl 3**

<b>Pam ydych chi'n meddwl eich bod wedi cael llai o westeion/ymwelwyr (peidiwch â chynnig awgrymiadau)?</b>	<b>% ymatebwyr</b>
<b>Tywydd ddim cystal</b>	79
<b>Hinsawdd economaidd</b>	29
<b>Problemau na ellid eu rhagweld</b>	2
<b>Dirywiad mewn twristiaeth yn yr ardal</b>	2
<b>Cystadleuaeth gref</b>	1
<b>Llai o ymwelwyr o dramor</b>	1
<b>Heb hyrwyddo'r busnes</b>	1
<b>Arall</b>	23
<b>Ddim yn gwybod</b>	3

Sylfaen = busnesau'n masnachu 12+ mis gyda llai o ymwelwyr y Pasg hwn o'i gymharu â'r llynedd (195)

Roedd sawl busnes yn teimlo bod y Pasg yn digwydd yn gynharach yn y flwyddyn wedi cael effaith negyddol ar eu busnes.

*"Pryd bynnag y cawn Basg cynnar cawn ni lai o bobl"*

(Atyniad, De Orllewin Cymru)

Credodd un busnes fod gormod o fusnesau tebyg yn eu hardal, roedd rhai ohonynt heb dderbyn caniatâd cynllunio, a arweiniodd atynt yn derbyn llai o fasnach.

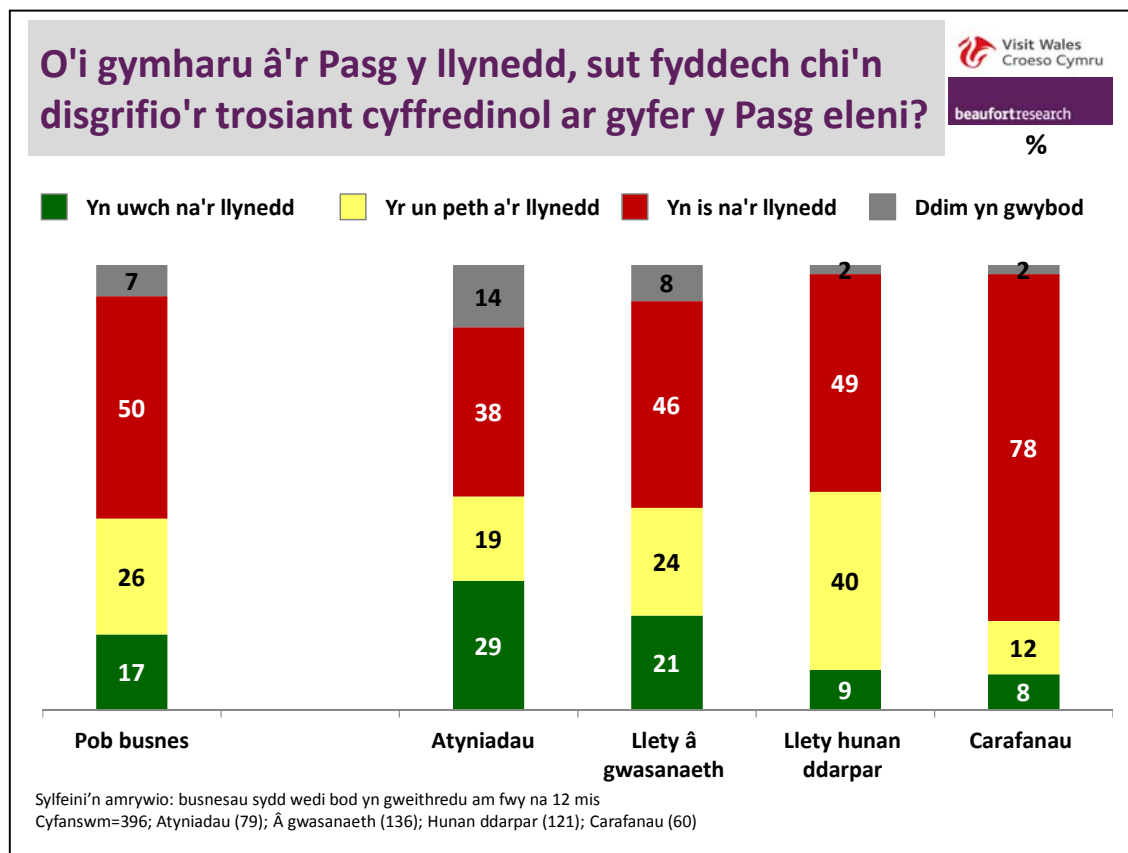
*"Ym Mro Morgannwg, mae gormod o ddarpariaeth o ran niferoedd y bythynnod gwyliau. Mae pobl yn trawsnewid eu hysguboriau, ac nid ydynt yn cael caniatâd cynllunio preswyl ac yna maent yn ei chael yn anodd eu gosod. Cawn frwydr rhwng y Swyddfa Dwristiaeth a thorri'r caniatâd cynllunio. Gwnaethom ddewis fflat gwyliau oherwydd nad ydym eisiau pobl yn byw ar y fferm, rydym eisiau rheoli ond rydym ond yn rhentu dau fwthyn allan o chwech ar hyn o bryd, gan fod cymaint yn yr ardal. "*

(Llety hunan ddarpar, De Ddwyrain Cymru)

Nid yw'n syndod, pan ofynnir i gymharu trosiant cyffredinol eu busnes ar gyfer y tymor Pasg hwn o'i gymharu â'r flwyddyn flaenorol, mae'r canfyddiadau'n adlewyrchu'r rhai a welwyd ar gyfer nifer y gwesteion / ymwelwyr. Dywedodd ychydig dros chwarter fod eu trosiant yr un peth (26%), a thra bod 17% o fusnesau'n adrodd bod ganddynt drosiant uwch y Pasg hwn, dywedodd hanner (50%) fod trosiant ar gyfer eu busnes yn ystod Pasg 2013 yn is na 2012.

Unwaith eto, roedd atyniadau'n fwy tebygol o adrodd bod ganddynt drosiant uwch (28%), tra bod safleoedd carafanau yn llawer mwy tebygol o adrodd lleihad mewn trosiant (78%) - gweler Ffigur 2 isod.

**Ffigur 2**



Yn nhermau rhanbarth, adroddodd mwy o fusnesau yn Ne Orllewin Cymru gynydd mewn trosiant o'i gymharu â'r flwyddyn ddiwethaf (20%), tra bod mwy o fusnesau yng Nghanolbarth Cymru yn adrodd lleihad (55%).

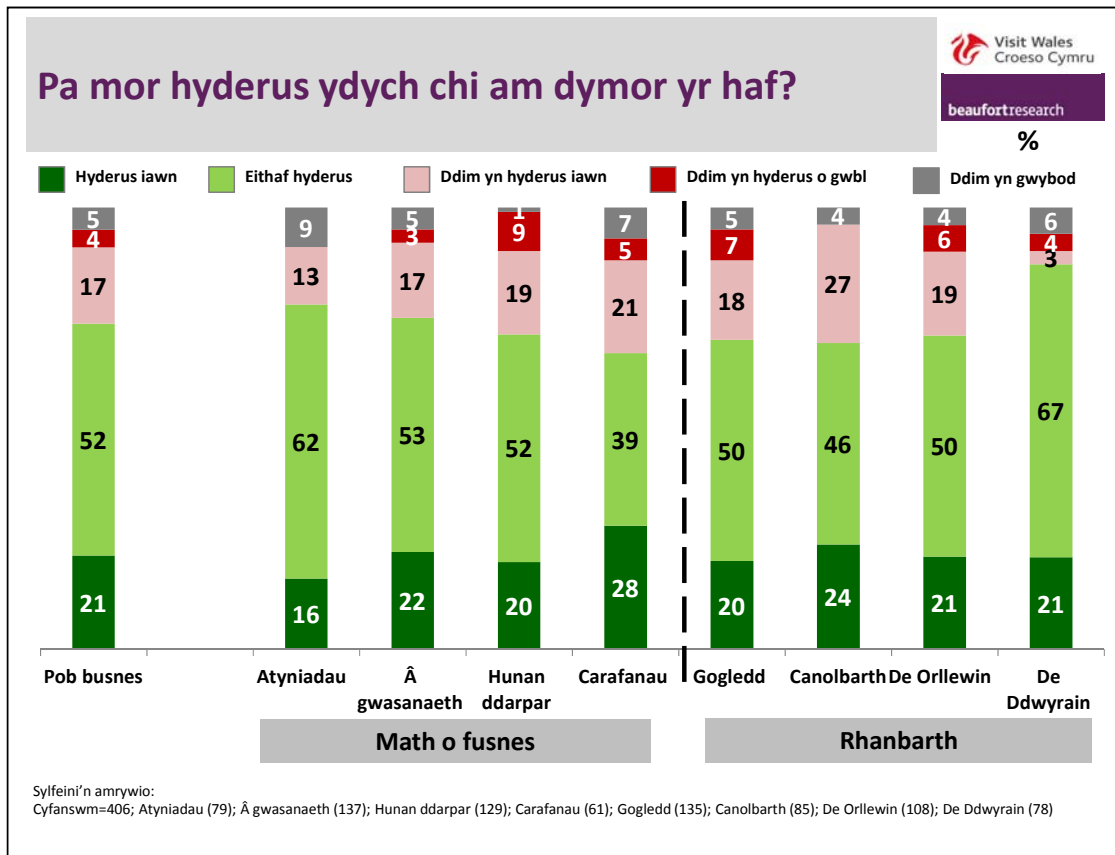
Er gwaethaf y dirywiad cyffredinol yn nifer y gwesteion / ymwelwyr y Pasg hwn o'i gymharu â'r Pasg diwethaf, roedd y mwyafrif o fusnesau y cyfwelwyd â hwy'n optimistig am dymor yr haf yn dod.

Roedd bron tri chwarter (73%) wedi dweud eu bod yn hyderus ar gyfer tymor yr haf, gydag un ym mhob pump (21%) yn dweud eu bod yn hyderus iawn, gyda thros hanner (52%) yn eithaf hyderus. Fodd bynnag, nid oedd lleiafrif sylweddol o un ym mhob pump (21%) yn hyderus am yr haf i ddod, gyda 17% yn adrodd nad oeddent yn hyderus iawn, a 4% ddim yn hyderus o gwbl.

Yn gyffredinol roedd lefelau hyder yn uwch ymhlith atyniadau (78% yn hyderus) a'r busnesau hynny a leolwyd yn Ne Ddwyrain Cymru (88% yn hyderus) - heb amheuaeth mae'r ddau ffigur hyn yn gysylltiedig, gan fod gan Dde Ddwyrain Cymru nifer uchel o atyniadau (yn enwedig rhai am ddim).

Roedd gwahaniaeth barn diddorol ymhlith safleoedd carafanau; roedd y sector hwn yn cynnwys y nifer uchaf o fusnesau'n adrodd eu bod yn hyderus iawn am dymor yr haf (28%), yn ogystal â'r gyfran uchaf nad oedd yn hyderus (26%) - gweler Ffigur 3 isod.

**Ffigur 3**



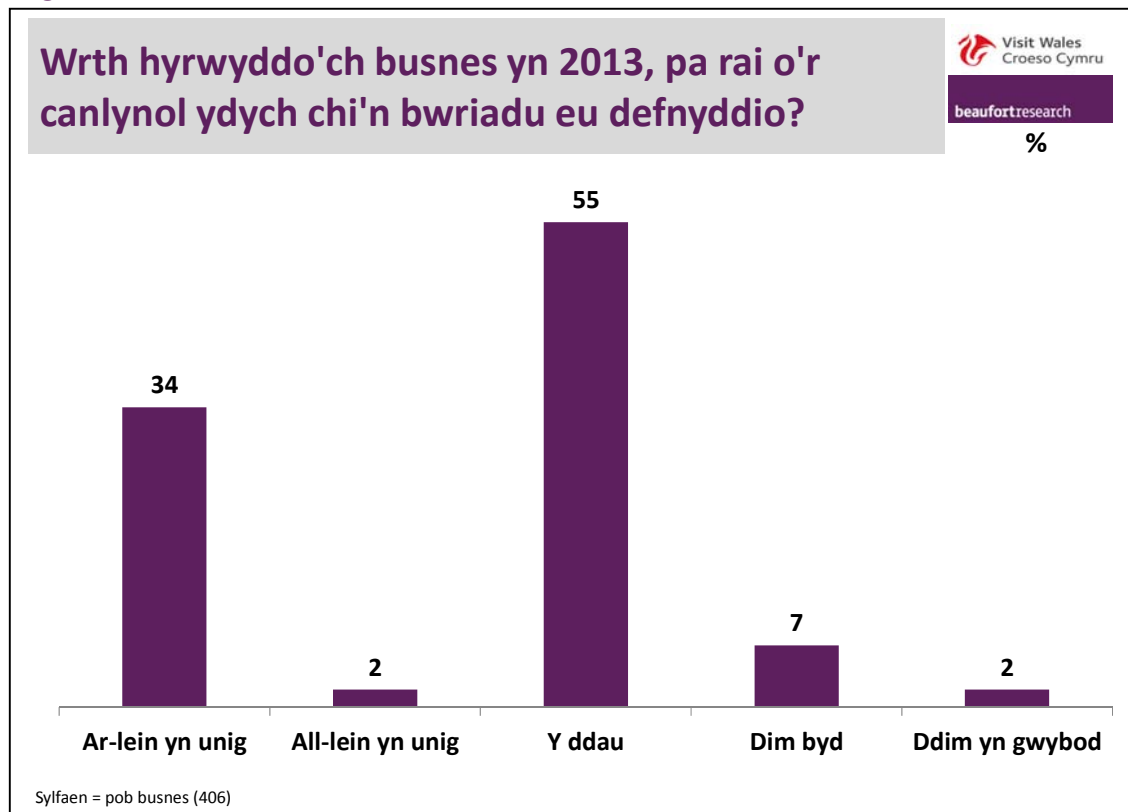
## 4.2 Hysbysebu a Hyrwyddo

Gofynnwyd i bob busnes sut maent yn bwriadu hyrwyddo eu busnes yn ystod 2013, os o gwbl.

Dywedodd ychydig dros draean o fusnesau eu bod ond yn bwriadu hyrwyddo eu busnes ar-lein (34%), tra bod cyfran fach (2%) ond yn bwriadu defnyddio deunyddiau printiedig neu argymhellion busnes. Roedd y mwyafrif o'r busnesau y cyfwelwyd â hwy yn bwriadu defnyddio cyfuniad o farchnata ar-lein ac all-lein i hyrwyddo eu busnes yn 2013; nid oedd tuag un ym mhob deg (7%) yn bwriadu gwneud unrhyw hyrwyddo, yn hytrach na dibynnu ar fusnes ailadroddus, argymhellion cwsmeriaid a masnach yn mynd heibio.

Yn gyffredinol, roedd 89% o fusnesau wedi defnyddio marchnata ar-lein, tra bod 57% wedi defnyddio ffynonellau all-lein.

Ffigur 4



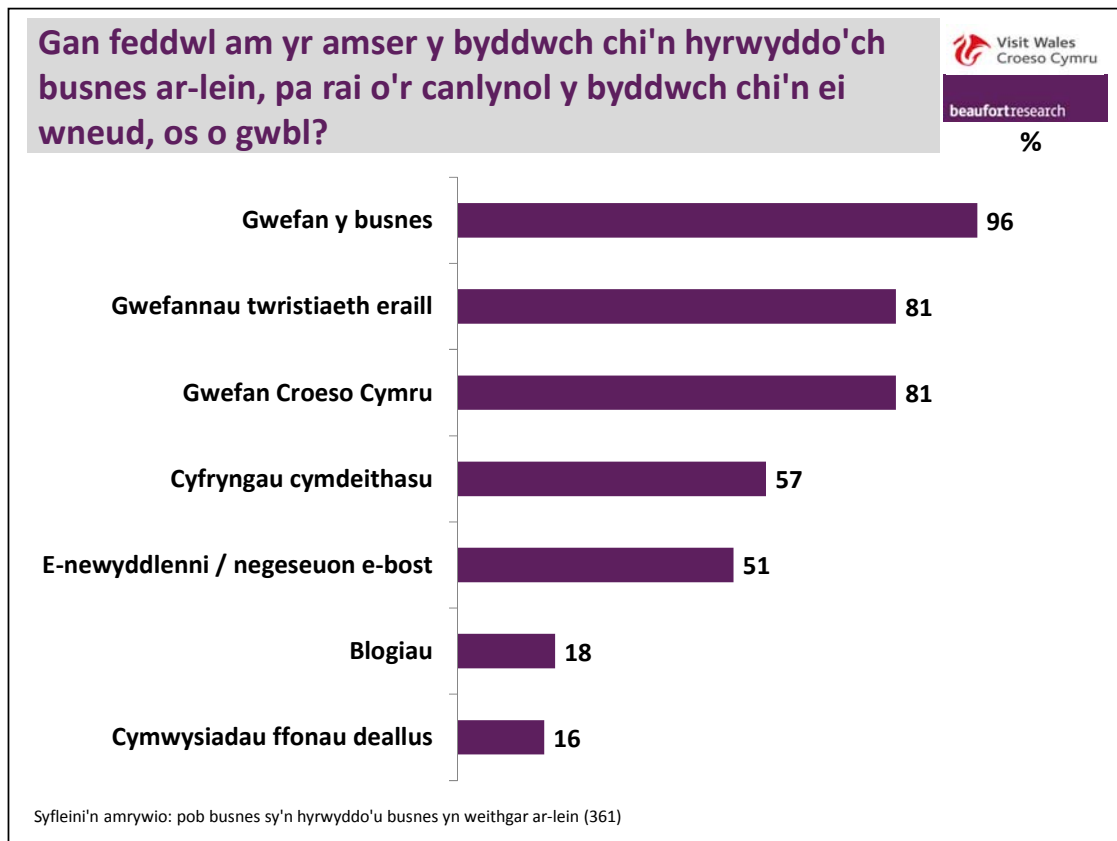
Roedd busnesau â gwasanaeth a busnesau hunan ddarpar yn fwy tebygol o ddewis marchnata eu busnes ar-lein yn unig (42% a 41% yn y drefn honno), tra bod atyniadau yn llawer mwy tebygol o ddefnyddio marchnata ar-lein ac all-lein (71%). Nid oedd unrhyw wahaniaethau sylweddol yn y dulliau marchnata yn ôl rhanbarth.

Gofynnwyd i'r busnesau hynny oedd yn bwriadu marchnata eu busnes ar-lein pa ddulliau penodol a ddefnyddiant. Dywedodd y mwyafrif llethol (96%) eu bod yn defnyddio eu gwefannau eu hunain, tra bod wyth ym mhob deg yn crybwyll safleoedd twristiaeth eraill (fel lastminute.com neu wefan eu hawdurdod lleol) a gwefan Croeso Cymru (81% yr un).

Roedd ychydig dros hanner yn defnyddio cyfryngau cymdeithasu (57%) neu e-gylchlythyrau a negeseuon e-bost (51%) i farchnata eu busnes ar-lein, tra bod tuag un ym mhob pump yn dweud eu bod yn defnyddio blogiau (18%) neu gymwysiadau ffonau deallus (16%).

Ymhlith ffynonellau eraill o farchnata ar-lein y mae cyfeiriaduron busnes fel yell.com a safleoedd gosod, Trip Advisor a Chodau Ymateb Cyflym (QR) y gellir eu sganio drwy ddefnyddio ffôn deallus - gweler Ffigur 5 isod.

**Ffigur 5**



Roedd atyniadau'n llawer mwy tebygol na busnesau llety i ddweud eu bod yn defnyddio cyfryngau cymdeithasu (84%), blogiau (37%) a chymwysiadau ffonau deallus (28%), ac yn llai tebygol o ddweud eu bod yn marchnata eu busnes drwy ddefnyddio gwefan Croeso Cymru (63%).

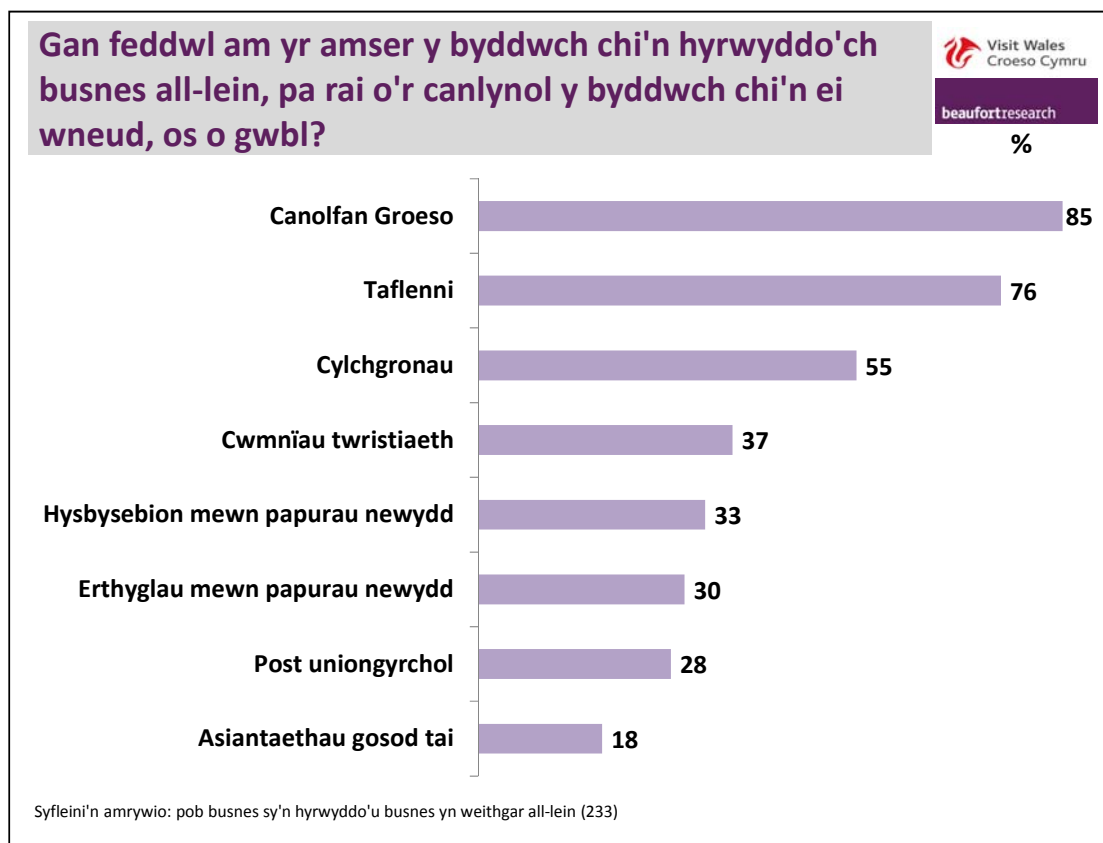
Gan droi at ddulliau all-lein o farchnata, ymhlith y busnesau hynny a oedd yn bwriadu hyrwyddo eu busnes gan ddefnyddio deunydd printiedig ac argymhellion busnes, roedd y mwyafrif yn defnyddio Canolfannau Croeso (85%), tra bod tri chwarter yn argraffu taflenni ar gyfer eu busnes (76%) - cododd hyn i 98% ymhlith atyniadau. Dywedodd 28% arall eu bod yn defnyddio post uniongyrchol i hyrwyddo eu busnes.

Dywedodd ychydig dros hanner iddynt ddefnyddio cylchgronau i hyrwyddo eu busnes (55%), tra bod o gwmpas traean yn defnyddio hysbysebion (33%) ac erthyglau (30%) mewn papurau newyddion. Cynyddodd y defnydd o ffynonellau cyfryngau printiedig yn sylweddol ymhlith busnesau atyniadau; dywedodd 72% eu bod yn defnyddio cylchgronau, dywedodd 60% eu bod yn defnyddio hysbysebion mewn papurau newyddion a 67% erthyglau mewn papurau newyddion.

Roedd dros draean (37%) o bob busnes yn bwriadu defnyddio marchnata all-lein wedi dweud iddynt ddefnyddio cwmnïau twristiaeth (yn codi i 46% ar gyfer llety â gwasanaeth), tra bod 18% yn defnyddio asiantau gosod (yn codi i 37% ar gyfer llety hunan ddarpar).

Roedd dulliau hyrwyddo all-lein eraill yn cynnwys radio lleol, llyfrynnau a phosteri - gweler Ffigur 6 isod.

**Ffigur 6**

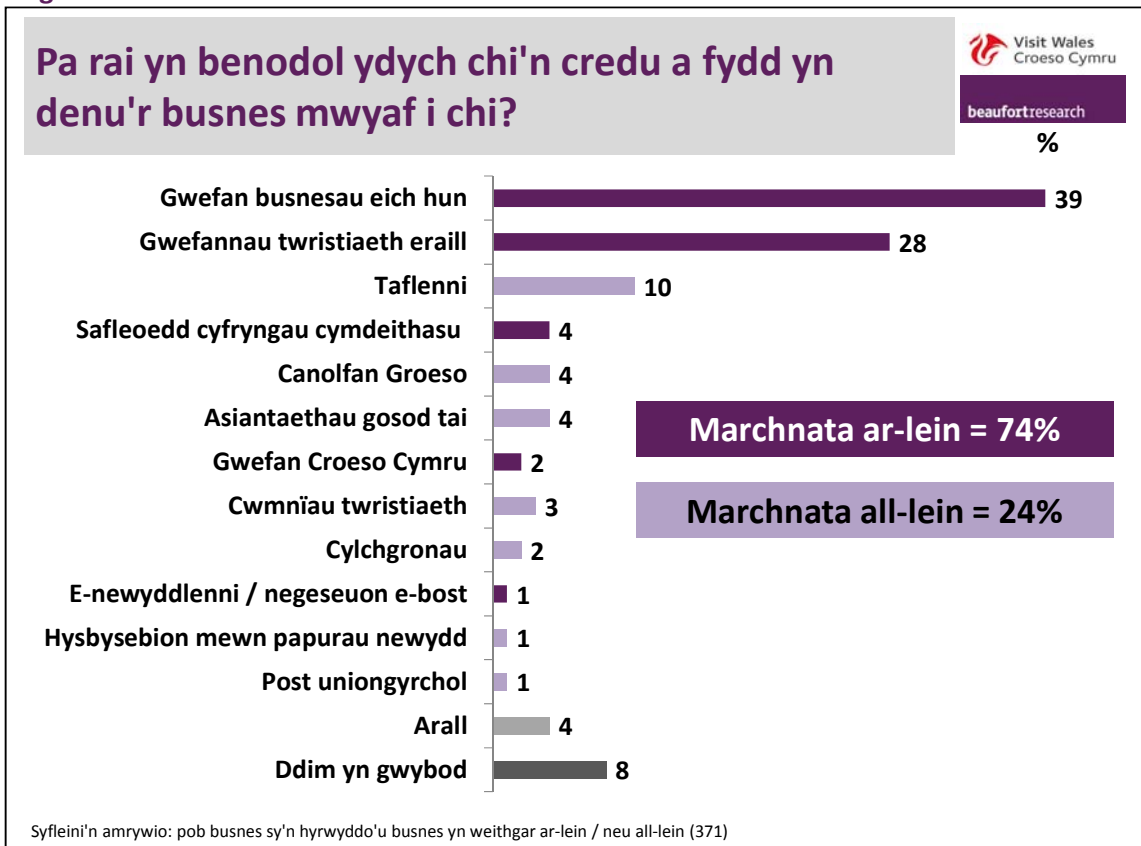




Pan ofynnwyd iddynt ystyried pa dull yr oeddent yn teimlo y byddai'n ennill y busnes mwyaf, teimlwyd bod ffynonellau ar-lein yn fwy effeithiol na rhai all-lein. Er y gall hyn fod yn gysylltiedig i raddau â'r ffaith fod mwy o fusnesau'n defnyddio dulliau ar-lein (89%) na dulliau all-lein (57%) i hyrwyddo eu busnesau, mae dal mwyafrif clir sy'n ystyried bod marchnata ar-lein yn fwy effeithiol nag all-lein (74% o'i gymharu â 24%).

Crybwyllwyd gwefan y busnesau ei hunan gan bron pedwar mewn deg o'r rhai sy'n marchnata eu busnes yn weithredol ar-lein (39%), tra crybwyllwyd safleoedd twristiaeth eraill gan bron tri ym mhob deg (28%). Teimlwyd mai taflenni oedd y dull mwyaf effeithiol o farchnata all-lein; roedd 10% o'r rhai a ddefnyddiodd ddeunydd printiedig ac argymhellion busnes yn meddwl bod y dull marchnata wedi dod â'r busnes mwyaf i mewn (cododd hyn i 32% ymhlith atyniadau) - gweler Ffigur 7 isod am ragor o fanylion.

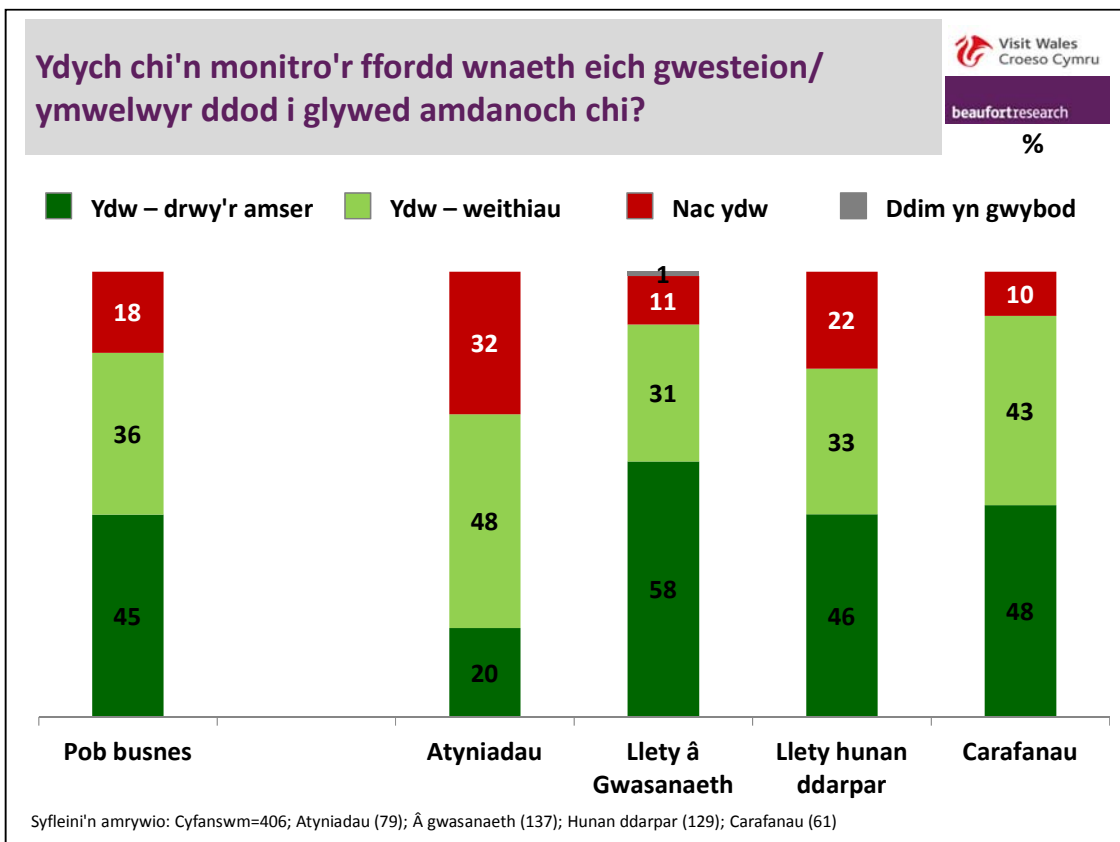
**Ffigur 7**



Roedd y mwyafrif o fusnesau'n mynd ati i fonitro sut y clywodd eu gwsteion / ymwelwyr amdanynt (81%) - dywedodd 45% eu bod yn gwneud hyn drwy'r amser, tra bod 36% yn ei wneud weithiau. Fodd bynnag, adroddodd lleiafrif sylweddol o bron un ym mhob pump (18%) nad oeddent yn monitro sut y clywodd eu gwsteion / ymwelwyr amdanynt.

Busnesau llety â gwasanaeth oedd y mwyafrif gweithredol wrth fonitro hyn (58% yr holl amser), tra mai atyniadau oedd y lleiaf gweithredol (20% yr holl amser). At hyn, roedd atyniadau'n fwy tebygol o adrodd nad oeddent yn monitro'n weithredol sut y clywodd eu hymwelwyr amdanynt (32%). Ni sylwyd ar unrhyw wahaniaethau rhanbarthol o bwys - gweler Ffigur 8 isod.

**Ffigur 8**



Y prif ddull a ddefnyddiwyd i fonitro sut y clywodd gwsteion / ymwelwyr am y busnes oedd i ofyn iddynt. Ymhlith dulliau eraill roedd ffurflenni archebu, dadansoddiadau gwefan, arolygon boddhad cwsmeriaid a ffurflenni adborth.

### 4.3 Ar-lein yn erbyn Deunydd Printiedig mewn Marchnata

Pan ddaeth at gymharu'n uniongyrchol effeithiolrwydd hyrwyddo ar-lein yn erbyn deunydd marchnata printiedig, roedd gwahaniaeth barn amlwg rhwng atyniadau a busnesau llety.

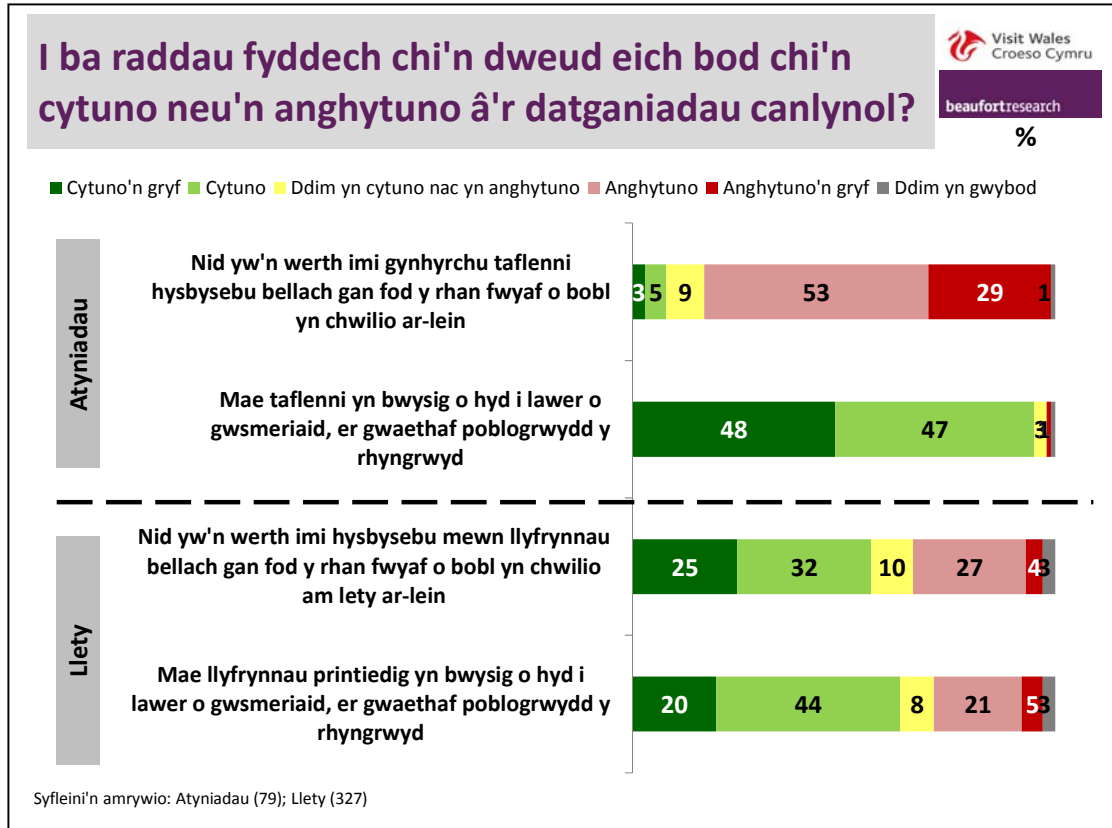
Roedd atyniadau'n llawer mwy cadarnhaol am rôl deunydd printiedig mewn hyrwyddo eu busnesau; roedd y mwyafrif llethol (95%) yn cytuno bod *"taflenni'n bwysig i lawer o gwsmeriaid o hyd, er gwaethaf poblogrwydd y rhyngrwyd"*, gyda 48% yn cytuno'n gryf â hyn, a 47% dim ond yn cytuno. Dim ond 1% o fusnesau a anghytunodd â'r datganiad hwn.

Roedd cyfanswm o 82% o atyniadau yn anghytuno â'r datganiad *"Nid yw'n werth i mi gynhyrchu taflenni hysbysebu erbyn hyn am fod y rhan fwyaf o bobl yn chwilio ar-lein"*. Roedd bron tri ym mhob deg (29%) yn anghytuno'n gryf gyda'r datganiad hwn, gyda thros hanner (53%) dim ond yn anghytuno. Roedd tuag un ym mhob deg yn cytuno neu'n cytuno'n gryf â hyn (8%), tra bod cyfran debyg (9%) ddim yn cytuno nac yn anghytuno.

Roedd barn wedi'i phegynnu'n fwy ymhlith busnesau llety, yn enwedig ynglŷn â ph'un a oedd yn werth hysbysebu mewn llyfrynnau ai peidio. Cytunodd ychydig dros hanner (57%) *"nad yw'n werth i mi gynhyrchu taflenni hysbysebu erbyn hyn am fod y rhan fwyaf yn chwilio ar-lein"*, fodd bynnag roedd bron traean o fusnesau llety yn anghytuno â hyn (31%).

Roedd mwyafrif bach o 64% yn cytuno bod *"llyfrynnau printiedig yn bwysig i lawer o gwsmeriaid o hyd, er gwaethaf poblogrwydd y rhyngrwyd"*, er bod dim ond 20% yn cytuno'n gryf (44% dim ond yn cytuno). Fodd bynnag, roedd lleiafrif sylweddol o 26% yn anghytuno â hyn; roedd 5% yn anghytuno'n gryf a 21% dim ond yn anghytuno - gweler Ffigur 9 trosodd.

Ffigur 9



Derbyniwyd sawl sylw ar lafar am rinweddau cymharol taflenni a llyfrynnau printiedig o'i gymharu â'r rhyngrwyd.

Roedd llawer o ddarparwyr llety'n teimlo bod llyfrynnau printiedig yn 'marw allan', ac na fyddent yn cael eu cynhyrchu yn y blynyddoedd i ddod.

*"Mae llyfrynnau'n marw. Mae ond yn fater o amser nes ei fod ar y rhyngrwyd yn unig"*  
(Llety â gwasanaeth, Gogledd Cymru)

Roedd eraill yn teimlo bod y rhan fwyaf o bethau'n cael eu gwneud ar-lein y dyddiau hyn, felly mae'n gwneud synnwyr hyrwyddo eu busnes llety ar-lein.

*"Y rhyngrwyd yw'r ffordd y mae pobl yn mynd. Pe bai'n rhaid inni wneud llyfrynnau a phethau felly byddai'n cymryd gormod o amser ac yn rhy ddrud i'w hargraffu a'u postio allan a darganfod pobl oedd wir yn awyddus i'w derbyn. Pan fydd pobl yn defnyddio'r rhyngrwyd gallant gael unrhyw wybodaeth sydd ei hangen arnynt yn syth heb fynd drwy lawer o bethau amherthnasol."*  
(Llety hunan ddarpar, De Ddwyrain Cymru)

Roedd eraill yn cydnabod bod gan lyfrynnau printiedig le o hyd yn eu portffolio marchnata, a'u bod o bosibl yn fwy pwysig i westeion hŷn o gymharu â rhai iau.

*"Mae gan y ddau eu lle... mae'n dibynnu pwy yw'r gynulleidfa. Os yw'n bobl hŷn yna efallai nad ydynt yn hyddysg ar y cyfrifiadur os felly mae'n amlwg bod angen llyfrynnau arnynt."*  
(Llety hunan ddarpar, Canolbarth Cymru)

Roedd sylwadau a dderbyniwyd oddi wrth atyniadau, fel y gellid ei ddisgwyl, yn llawer mwy cadarnhaol am daflenni printiedig. Unwaith eto, roedd sawl un yn cydnabod bod ymwelwyr hŷn yn gwerthfawrogi'r rhain yn fwy o'i gymharu â rhai ifanc.

*"Does gan lawer o bobl sy'n dod i'r fath yma o le fynediad at y rhyngrwyd. Maen nhw'n hŷn."*  
(Atyniad, Gogledd Cymru)

Roedd atyniadau eraill yn teimlo bod taflenni, sy'n yn hawdd eu cludo ac yn gallu dangos mapiau o sut i gyrraedd, yn dal i fod yn bwysig i'w busnes.

*"I ni mae'r taflenni'n gweithio'n dda iawn gan fod pobl yn eu codi nhw a gallant gael yr holl wybodaeth mewn un daflen, maen nhw hefyd yn cael map ynddi. Oni bai fod ganddynt gymwysiadau ffôn deallus ni allant ddefnyddio'r rhain."*  
(Atyniad, De Ddwyrain Cymru)

Fodd bynnag, ar gyfer rhai atyniadau, roedd cost cynhyrchu a phostio taflenni wedi mynd yn rhy ddrud yn wyneb y costau sydd ynghlwm â marchnata ar-lein.

*"Rwy'n meddwl ei fod ond oherwydd y gost, yn amgylcheddol ac yn economaidd rydym bellach yn tueddu i greu taflenni ar gyfer digwyddiadau targed e.e. rydym wedi dileu'n raddol llythyrau post erbyn hyn."*  
(Atyniad, Gogledd Cymru)

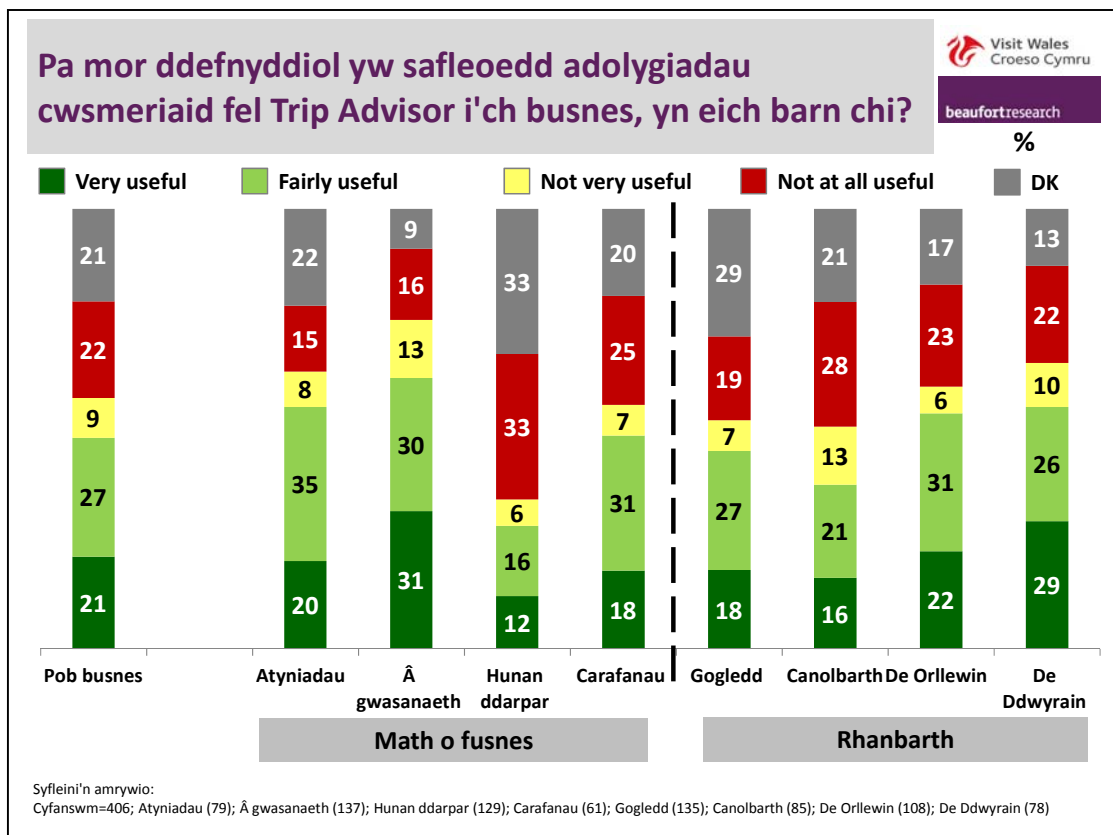
#### 4.4 Safleoedd Adolygu Cwsmeriaid

Gofynnwyd i fusnesau pa mor ddefnyddiol oedd safleoedd adolygu cwsmeriaid fel Trip Advisor, yn eu barn hwy. Ar y cyfan roedd gwahaniaeth barn am ddefnyddioldeb y safleoedd hyn; tra bod bron hanner (48%) o bob busnes yn meddwl eu bod yn ddefnyddiol (21% yn ddefnyddiol iawn; 27% yn eithaf defnyddiol), nid oedd tua thraean (31%) yn meddwl eu bod yn arbennig o ddefnyddiol ar gyfer eu busnes (9% ddim yn ddefnyddiol iawn; 22% ddim yn ddefnyddiol o gwbl). Nid oedd cyfran sylweddol fodd bynnag yn gwybod (21%).

Roedd gwahaniaethau yn ôl math o fusnes - roedd busnesau llety â gwasanaeth yn fwyaf tebygol o ystyried bod y safleoedd hyn yn ddefnyddiol (31% yn dweud defnyddiol iawn), tra bod llety hunan ddarpar yn llai tebygol (12% yn ddefnyddiol iawn). Fodd bynnag, roedd y sector hwn yn cynnwys y gyfran uchaf o fusnesau nad oedd yn gallu gwneud sylw ar ddefnyddioldeb y safleoedd hyn (33%).

Roedd gwahaniaethau rhanbarthol yn llai amlwg, er bod y busnesau hynny yn Ne Cymru'n tueddu i fod yn fwy cadarnhaol am safleoedd adolygu na'r rhai yng Nghanolbarth Cymru a Gogledd Cymru - gweler Ffigur 10 isod am fwy o fanylion.

**Ffigur 10**



# ATODIAD

## Holiadur yr Arolwg

**AROLWG BUSNES CROESO CYMRU 2013 – CAM 1  
HOLIADUR TERFYNNOL 2<sup>ll</sup> Ebrill 2013)**

Bore da\ prynhawn da\ noswaith dda fy enw i yw \_\_\_\_\_ o Beaufort Research, Asiantaeth Ymchwil i'r Farchnad annibynnol yng Nghymru. Rwy'n ffonio ar ran Croeso Cymru am fod ganddo ddiddordeb yn eich barn ar faterion sy'n ymwneud â thwristiaeth yng Nghymru. Bydd yr arolwg ond yn cymryd ychydig o funudau a bydd popeth a ddywedwch yn aros yn gyfrinachol, gyda'r canlyniadau yn cael eu cyfuno gydag ymatebion busnesau eraill a'u hadrodd i Croeso Cymru.

Galla i wirio un peth, ai chi yw perchennog y busnes neu a oes gennych chi rôl rheoli yn y busnes?

OS NA, gofynnwch am gael siarad â rhywun sydd â rôl rheoli/ y perchennog.

S1 Yn gyntaf, galla i wirio - ydych chi'n siarad Cymraeg?

Ydw - yn rhugl → S2

Ydw - ddim yn rhugl → S2

Na - nid yw'n siarad Cymraeg → C1

S2 Fyddai'n well gennych gael y cwestiynau yn Gymraeg neu yn Saesneg?

Saesneg

Cymraeg

## ADRAN GRAIDD (Adran 1)

### GOFYNNWCH I BAWB

**C1 Ydy eich busnes wedi bod yn gweithredu am fwy na 12 mis?**

*Ydy (Ewch i C2)*

*Nac ydy (Ewch i C6)*

---

**C2 O'i gymharu â'r Pasg y llynedd, faint o westeion / ymwelwyr ydych chi wedi'u cael y Pasg hwn? A fydddech chi'n dweud eich bod wedi cael...DARLLENWCH YN UCHEL**

*Mwy na'r llynedd – ewch i C3*

*Yr un faint â'r llynedd – ewch i C5*

*Llai na'r llynedd – ewch i C4*

*Ddim yn gwybod - ewch i C5*

---



---

**C3 (OS MWY) Pam ydych chi'n meddwl eich bod wedi cael mwy o westeion/ymwelwyr?  
(PEIDIWCH Â CHYNNIG AWGRYMIADAU)  
AML-GODIWCH**

*Mwy o bobl o Brydain yn aros yn y DU*  
*Tywydd gwell*  
*Marchnata eu hunain*  
*Busnes wrth yr un bobl*  
*Gwelliant yn nhwristiaeth*  
*Argymhellion*  
*Mwy o gapasiti*  
*Digwyddiadau yn yr ardal*  
*Ystafelloedd/cyfleusterau gwell*  
*Mwy o ymwelwyr o dramor*  
*Ddim yn gwybod*  
*Arall (nodwch)*

---

**C4 (OS LLAI) Pam ydych chi'n meddwl eich bod wedi cael llai o westeion/ymwelwyr? (PEIDIWCH  
Â CHYNNIG AWGRYMIADAU)  
AML-GODIWCH**

*Hinsawdd economaidd*  
*Tywydd ddim cystal*  
*Problemau na ellid eu rhagweld*  
*Cystadleuaeth gref*  
*Dirywiad mewn twristiaeth yn yr ardal*  
*Busnes yn tawelu*  
*Llai o ymwelwyr o dramor*  
*Heb hyrwyddo'r busnes*  
*Ddim yn gwybod*  
*Arall (nodwch)*

---

**C5 O'i gymharu â'r Pasg y llynedd, sut fydech chi'n disgrifio'r trosiant cyffredinol ar gyfer y Pasg  
eleni...?  
DARLLENWCH YN UCHEL**

*Yn uwch na'r llynedd*  
*Yr un peth a'r llynedd*  
*Yn is na'r llynedd*  
*Ddim yn gwybod*

## HYSBYSEBU (Adran 2)

**C6** **Wrth hyrwyddo'ch busnes yn 2013, pa rai o'r canlynol ydych chi'n bwriadu eu defnyddio?**  
**DARLLENWCH YN UCHEL. AMLGODIWC**

Hyrwyddo ar-lein h.y ar y rhyngwrwyd - EWCH I C7a  
Deunydd argraffedig ac argymhellion busnes - EWCH I C7b  
Y ddau – EWCH I C7a A C7b  
Dim byd - rwy'n dibynnu ar argymhellion llafar gan westeion o'r gorffennol  
Dim byd – rwy'n dibynnu ar ymwelwyr dychwel

**C7a** **(OS NODWYD EU BOD AM HYRWYDDO BUSNES AR-LEIN YN C6) Gan feddwl am yr amser y byddwch chi'n hyrwyddo'ch busnes ar-lein, pa rai o'r canlynol y byddwch chi'n ei wneud, os o gwbl?**

**DARLLENWCH YN UCHEL. AMLGODIWC**

Gwefan eich busnes eich hun  
Gwefan Croeso Cymru ([www.visitwales.com](http://www.visitwales.com))  
Gwefannau twristiaeth eraill (e.e lastminute.com, gwefan yr Awdurdod Lleol)  
Cymwysiadau ffonau deallus (e.e. iPhone, Android)  
E-newyddlenni / negeseuon e-bost  
Blogiau  
Safleoedd cyfryngau cymdeithasu (Twitter, Facebook)  
Arall (nodwch)

**C7b** **(OS NODWYD EU BOD AM HYRWYDDO BUSNES ODDI AR-LEIN YN C6) Gan feddwl am yr amser y byddwch chi'n hyrwyddo'ch busnes gan ddefnyddio deunydd argraffedig ac argymhellion busnes, pa rai o'r canlynol ydych chi'n eu gwneud, os o gwbl?**

**DARLLENWCH YN UCHEL. AMLGODIWC**

Taflenni  
Cylchgronau  
Hysbysebion mewn papurau newydd  
Erthyglau mewn papurau newydd  
Post uniongyrchol  
Canolfan Groeso  
Asiantaethau gosod tai  
Cwmnïau twristiaeth  
Arall (nodwch)

**C7c (OS NODWYD EU BOD AM HYRWYDDO BUSNES AR-LEIN / ODDI AR-LEIN YN C6) Pa UN peth ydych chi wedi'i wneud sydd wedi cael yr effaith fwyaf ar eich busnes o ran lleihau'r defnydd o ddwr?**

**DARLLENWCH YN UCHEL. AMLGODIWC**

Gwefan eich busnes eich hun  
Gwefan Croeso Cymru ([www.visitwales.com](http://www.visitwales.com))  
Gwefannau twristiaeth eraill (e.e lastminute.com, gwefan yr Awdurdod Lleol)  
Cymwysiadau ffonau deallus (e.e. iPhone, Android)  
E-newyddlenni / negeseuon e-bost  
Blogiau  
Safleoedd cyfryngau cymdeithasu (Twitter, Facebook)  
Taflenni  
Cylchgronau  
Hysbysebion mewn papurau newydd  
Erthyglau mewn papurau newydd  
Post uniongyrchol  
Canolfan Groeso  
Asiantaethau gosod tai  
Cwmnïau twristiaeth

Arall (nodwch)  
Ddim yn gwybod

**C7d Pa rai yn benodol ydych chi'n credu a fydd yn denu'r busnes mwyaf i chi? PEIDIWC Â CHYNNIG AWGRYMIADAU. RHESTR WEDI'I CHYMRYD O ATEBION C7a A C7b. COD UNIGOL**

Gwefan eich busnes eich hun  
Gwefan Croeso Cymru ([www.visitwales.com](http://www.visitwales.com))  
Gwefannau twristiaeth eraill (e.e lastminute.com, gwefan yr Awdurdod Lleol)  
Cymwysiadau ffonau deallus (e.e. iPhone, Android)  
E-newyddlenni / negeseuon e-bost  
Blogiau  
Safleoedd cyfryngau cymdeithasu (Twitter, Facebook)  
Taflenni  
Cylchgronau  
Hysbysebion mewn papurau newydd  
Erthyglau mewn papurau newydd  
Post uniongyrchol  
Canolfan Groeso  
Asiantaethau gosod tai  
Cwmnïau twristiaeth

Arall (nodwch)  
Ddim yn gwybod

**C8 Ydych chi'n monitro'r ffordd wnaeth eich gwesteion/ ymwelwyr ddod i wybod amdanoch chi?  
DARLLENWCH YN UCHEL**

Ydw – drwy'r amser – C8  
Ydw – weithiau – C8  
Nac ydw – C9  
Ddim yn gwybod - C9

**C9 Sut ydych chi'n monitro hyn?**

---

---

**C10 Pa mor ddefnyddiol yw safleoedd adolygiadau cwsmeriaid fel Trip Advisor i'ch busnes, yn eich barn chi?  
DARLLENWCH YN UCHEL**

Defnyddiol iawn  
Eithaf defnyddiol  
Ddim yn ddefnyddiol iawn  
Ddim yn ddefnyddiol o gwbl  
Ddim yn gwybod

## LLETY YN UNIG – ATYNIADAU EWCH I C13

- C11** I ba raddau fyddech chi'n dweud eich bod chi'n cytuno neu'n anghytuno â'r datganiadau canlynol?  
**DARLLENWCH YN UCHEL** Fydddech chi'n dweud eich bod chi'n...

Cytuno'n gryf  
Cytuno  
Ddim yn cytuno nac yn anghytuno  
Anghytuno  
Anghytuno'n gryf

Ddim yn berthnasol i'm busnes

### **DARLLENWCH YN UCHEL. NEWIDIWCH Y DREFN.**

- A. Nid yw'n werth i mi hysbysebu mewn llyfrynnau erbyn hyn am fod y rhan fwyaf yn chwilio am lety ar-lein
- B. Mae llyfrynnau argraffedig yn dal i fod yn bwysig i nifer o gwsmeriaid, er gwaethaf mor boblogaidd yw'r rhyngrwyd

- C12** Oes gennych chi unrhyw sylwadau eraill yr hoffech eu gwneud am rôl llyfrynnau argraffedig yn erbyn rôl y rhyngrwyd?
- 
- 

## ATYNIADAU YN UNIG - LLETY EWCH I C15

- C13** I ba raddau fyddech chi'n dweud eich bod chi'n cytuno neu'n anghytuno â'r datganiadau canlynol?  
**DARLLENWCH YN UCHEL** Fydddech chi'n dweud eich bod chi'n...

Cytuno'n gryf  
Cytuno  
Ddim yn cytuno nac yn anghytuno  
Anghytuno  
Anghytuno'n gryf

Ddim yn berthnasol i'm busnes

### **DARLLENWCH YN UCHEL. NEWIDIWCH Y DREFN.**

- A. Nid yw'n werth i mi gynhyrchu taflenni hysbysebu erbyn hyn am fod y rhan fwyaf yn chwilio ar-lein
- B. Mae taflenni yn dal i fod yn bwysig i nifer o gwsmeriaid, er gwaethaf mor boblogaidd yw'r rhyngrwyd

- C14** Oes gennych chi unrhyw sylwadau eraill yr hoffech eu gwneud am rôl taflenni neu lyfrynnau argraffedig yn erbyn rôl y rhyngrwyd?
-

## ADRAN DERFYNOL (Adran 3)

---

**C15 Pa un o'r canlynol sy'n disgrifio eich lleoliad orau:**

*Glan y môr*

*Mewndirol*

*Trefol*

---

**C16 Pa mor hyderus ydych chi am dymor yr haf?**

*Hyderus iawn*

*Eithaf hyderus*

*Ddim yn hyderus iawn*

*Ddim yn hyderus o gwbl*

*Ddim yn gwybod*

---

**C17 Er mwyn ein helpu gyda'r dadansoddiad, alla i ofyn, ydy'ch busnes wedi'i raddio neu'n achrededig gan Croeso Cymru?**

*Ydyw*

*Nac ydyw*

*Ddim yn gwybod*

**CADARNHAD O FANYLION Y GYMDEITHAS YMCHWIL MARCHNATA –  
DIOLCH A GORFFEN**