



GIG
CYMRU
NHS
WALES

Iechyd Cyhoeddus
Cymru
Public Health
Wales

Diwydiant, Marchnata a Hysbysebu

Bwyd a Maeth



Cynnwys

- Yr Amgylchedd Bwyd
- Ein Hamgylchedd a Diwydiant Bwyd
- Y Diwydiant Bwyd
- Strategaeth y Diwydiant
- Y Diwydiant a Marchnata



Yr Amgylchedd Bwyd

- Yr amgylchedd bwyd yw'r bwyd sydd ar gael o'n cwmpas ac yr ydym yn ei brynu a'i fwyta.
- Bydd pa mor anodd neu hawdd yw hi i gadw at ddeiet cytbwys yn dibynnu ar gost bwyd a pha mor hawdd yw hi i ddod o hyd i fwyd. Mae'r ffactorau hyn yn dylanwadu ar y bwyd a'r ddiod rydyn ni'n eu dewis.
- Mae'r diwydiant bwyd yn rhwydwaith cymhleth, byd-eang o fusnesau sy'n cyflenwi'r rhan fwyaf o'r bwyd sy'n cael ei fwyta gan boblogaeth y byd.
- Mae'r diwydiant bwyd yn cynnwys y rhai sy'n ffermio bwydydd i'r rhai sy'n prosesu, yn pecynnu, yn dosbarthu ac yn gwerthu bwyd a diod.
- Mae cwmnïau mawr yn gwneud llawer o'r byrbrydau, y diodydd a'r prydau bwyd sy'n cael eu gwerthu mewn siopau ac ar-lein. Maen nhw eisiau i ni brynu eu cynhyrchion, felly maen nhw'n defnyddio deunydd pecynnu deniadol, hysbysebion cŵl ac weithiau maen nhw hyd yn oed yn rhoi teganau gyda'u bwyd er mwyn gwneud iddo edrych yn fwy cyffrous.
- Mae pawb yn gyfarwydd â busnesau bwyd a diod mawr fel Nestle, Coca-Cola, Cadbury's, Braces a llawer mwy.



Ein Hamgylchedd a Diwydiant Bwyd

Mae 4 prif sector yn y diwydiant bwyd, sef:

Marchnata a Hysbysebu

Dyma sut mae cwmnïau'n hyrwyddo eu cynhyrchion, gan ddefnyddio dulliau ar-lein, teledu, cylchgronau, hysbysfyrddau a mwy.

Cyfrifoldeb Cymdeithasol Corfforaethol:

Proses lle mae cwmnïau mawr neu fyd-eang yn rhoi rhywbeth yn ôl i gymdeithas. Mae hyn yn gallu cynnwys rhoi arian i elusen neu ddarparu offer chwaraeon i ysgolion. Mae'r cyfrifoldebau hefyd yn cynnwys pethau fel cynaliadwyedd, masnachu teg ac amrywiaeth yn y gweithle.

Y Gadwyn Gyflenwi a Dylanwad Byd-eang:

Mae gan gwmnïau mawr/byd-eang rwydweithiau mawr sy'n caniatáu iddyn nhw hyrwyddo a gwerthu eu cynhyrchion ym mhobman. Maen nhw'n gallu penderfynu beth i'w wneud, faint mae'n ei gostio a sut i'w farchnata.

Lobïo, Deddfau a Rheolau:

Mae yna lawer o reolau a rheoliadau yn ymwneud â'r diwydiant bwyd. Mae hyn yn cynnwys labeli bwyd, deddfau yn ymwneud ag alergedd, cyfyngiadau oedran, a hyd yn oed pa adeg o'r dydd y mae'n bosibl hysbysebu bwyd ar y teledu!

Y Diwydiant Bwyd

Mae'r diwydiant bwyd wedi tyfu'n gyflym, sy'n golygu bod ein diwylliant bwyd wedi newid a datblygu dros amser. Mae mwy o ddewisiadau bwyd ar gael i ni nawr nag erioed o'r blaen. Mae rhai ohonyn nhw'n gadarnhaol ond mae eraill yn gallu cael effaith negyddol. Y prif newidiadau yn y diwydiant bwyd yw:

Technoleg ac Arloesi

Moeseg

Mwy o Fwyd Cyfleus

Mwy o ddewis

Cynaliadwyedd

Canolbwyntio ar Iechyd a Lles

Siopa ar-lein

Pris

Bwyd wedi'i becynnu ymlaen llaw

Disgwyliad defnyddwyr

Strategaethau'r Diwydiant

Mae gan gwmnïau bwyd a diod yr hyblygrwydd i osod eu prisiau eu hunain ar gyfer cynhyrchion. Fodd bynnag, mae rheoliadau'n dylanwadu ar rai penderfyniadau priso, gan gynnwys yr ardoll treth siwgr, sy'n cael ei llywodraethu gan ddeddfau a rheoliadau penodol.

Dyma rai enghreifftiau o'r ffactorau sy'n dylanwadu ar eu penderfyniadau priso:

Cadwyni Bwyd Cyflym: Fel arfer, mae safleoedd bwyd cyflym yn codi llai am eitemau sylfaenol fel byrgyrs rheolaidd a mwy am eitemau arbennig fel byrgyrs premiwm neu brydau bwyd.

Siopau Coffi Arbenigol: Mae'r prisiau'n seiliedig ar faint mae'n ei gostio i wneud y coffi, gan gynnwys y cynhwysion a'r gwaith sy'n cael ei wneud i'w baratoi. Hefyd, gall gynnwys o ble mae cynhyrchion wedi dod, fel coffi sydd wedi'i fewnforio.

Archfarchnadoedd: Mae archfarchnadoedd yn defnyddio bargeinion arbennig fel gostyngiadau, cynigion aml-eitem, a chardiau teyrngarwch er mwyn gwneud rhai cynhyrchion yn fwy deniadol i bobl ifanc a theuluoedd. Mae'r bargeinion hyn yn helpu i gynyddu gwerthiant, yn enwedig ar gyfer cynhyrchion sy'n fwy proffidiol i'r siop.



Bwyd Sothach dan y Chwyddwyr

Y Sioe Gudd sy'n Denu Sylw Pobl Ifanc

Meddylwch am llwyfan mawr a bwyd sothach yw'r seren, wedi'i wisgo mewn lliwiau llachar a deunydd lapio deniadol, gyda golau mawr yn disgleirio'n uniongyrchol arno. Y byrbrydau llawn siwgr a'r danteithion seimllyd yw sêr y sioe, sy'n dawnsio ac yn canu i ddenu sylw pawb. Yn y cyfamser, mae'r ffrwythau a'r llysiau iach yn cael eu cuddio yn y cysgodion, eu gwthio i'r cefn, a does fawr ddim sylw yn cael ei roi iddyn nhw.

Plant yw'r gynulleidfa, sy'n syllu ar y llwyfan, heb wybod eu bod yn cael eu denu gan y goleuadau a'r synau. Fe wnaeth y pandemig gynnig mwy o gadeiriau i'r sioe hon, gan roi llwyfan mwy nag erioed i fwyd sothach a golau mwy disglair, gan ei gwneud hi'n anoddach gweld unrhyw beth arall.



Tactegau Marchnata

Cyflwynir llawer o gynhyrchion sydd wedi'u prosesu i raddau uchel mewn deunydd pecynnu llachar gyda logos brand mawr. Yn aml, caiff cymeriadau ac anifeiliaid eu paru ag enwau cynhyrchion i'w gwneud yn fwy deniadol i blant a phobl ifanc. Mae enghreifftiau'n cynnwys Barney Bear, Monster Munch, Penguin, a Coco Pops, ymhlith llawer o rai eraill.

Hefyd, mae'r diwydiant bwyd yn hoffi defnyddio sloganau bachog neu linellau tag i wneud i'w cynhyrchion sefyll allan. Mae'n bosibl y bydd rhai o'r rhain yn gyfarwydd:

'Kids and grown-ups love it so, the happy world of Haribo'

'I'm lovin' it!'

'Finger-licking good'

'Snap, crackle, pop!'



Hysbysebu a Marchnata:

Hysbysebion Teledu ac Ar-lein

Mae hysbysebion teledu ac ar-lein yn aml yn defnyddio lliwiau llachar, delweddu deniadol, a chymeriadau cofiadwy i ddenu sylw. Mae llawer o gwmnïau'n dylunio eu hysbysebion i apelio'n benodol at blant a phobl ifanc, gan ddefnyddio cerddoriaeth boblogaidd, themâu cyfarwydd, a delweddaeth drawiadol i wneud eu cynhyrchion yn fwy deniadol.

Mae McDonald's yn hoffi darlledu hysbysebion teledu sy'n cynnwys Happy Meals gyda themâu neu gymeriadau o ffilmiau poblogaidd, gyda'r nod o wneud y prydau bwyd yn fwy deniadol i blant. Yn aml, mae'r hysbysebion hyn yn tynnu sylw at y tegan sy'n cael ei gynnwys gyda'r pryd bwyd, sy'n gallu gwneud plant yn fwy awyddus i brynu Happy Meal.

Yn aml, mae hysbysebion byr a deniadol ar gyfer brandiau byrbrydau fel Pringles neu Doritos yn cael eu dangos ar YouTube cyn fideos sy'n boblogaidd ymysg plant. Yn aml, mae'r hysbysebion hyn yn cyflwyno'r cynhyrchion mewn modd hwyliog a chwareus er mwyn apelio at wylwyr ifanc.



Er na chaniateir i hysbysebion cynhyrchion sy'n uchel mewn braster, halen a siwgr ymddangos mewn cyfryngau sy'n benodol ar gyfer pobl dan 16 oed, mae llawer o hysbysebion yn dal i fod yn ddeniadol a gall plant eu gweld.

Hysbysebu a Marchnata:

Dylanwadwyr Cyfryngau Cymdeithasol

Mae gwahanol frandiau'n partneru gyda dylanwadwyr sy'n boblogaidd ymhlith pobl ifanc i hyrwyddo eu cynhyrchion, gan wneud iddyn nhw ymddangos yn fwy dymunol. Er enghraifft;

Heriau TikTok sy'n Cael eu Noddi gan Frandiau Bwyd: Efallai bydd cwmni melysion yn lansio her feirol ar TikTok, lle mae dylanwadwyr yn dangos dulliau creadigol neu ddifyr o fwynhau melysion newydd. Mae'r her hon yn annog dilynwyr ifanc i roi cynnig ar y melysion a chymryd rhan yn yr her.

Cymeradwyaeth gan Ddylanwadwyr ar Instagram: Efallai y bydd dylanwadwyr sy'n boblogaidd ymysg pobl ifanc yn eu harddegau yn postio am roi cynnig ar ddiod neu fyrbryd â blas newydd, yn tagio'r brand ac yn annog eu dilynwyr i wneud yr un peth. Gall hyn greu ymdeimlad bod y cynnyrch yn ffasiynol.



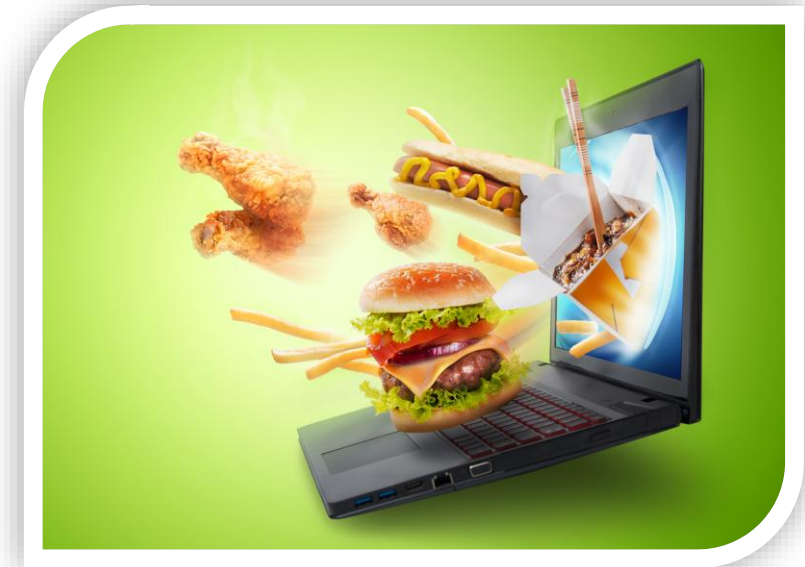
[Pwy sy'n berchen ar Prime Hydration?](#)
[\(watcher.guru\)](#)

Tactegau Marchnata - Gosod Cynnyrch

Mae plant a phobl ifanc mewn perygl arbennig o gael eu dylanwadu gan hysbysebion a chynhyrchion sy'n cael eu hyrwyddo gan bobl enwog. Mae brandiau bwyd a diod yn gosod eu cynhyrchion mewn ffilmiau, sioeau teledu a gemau fideo sy'n boblogaidd ymhlith cynulleidfaoedd ifanc.

Mae rhai brandiau yn creu gemau ar-lein sy'n integreiddio eu cynhyrchion, gan wneud profiad y brand yn hwyl ac yn rhyngweithiol. Mae'n bosibl y bydd rhai gemau fideo sy'n boblogaidd ymysg pobl ifanc yn cynnwys hysbysfyrddau neu beiriannau gwerthu rhithwir sy'n dangos byrbrydau neu ddiodydd bywyd go iawn, fel Pepsi neu Skittles. Mae'r sylw hwn yn helpu i wneud y cynhyrchion hyn yn fwy cyfarwydd a deniadol i chwaraewyr ifanc.

Mae diodydd egni, sydd â lefelau uchel o gaffein a siwgr, yn gysylltiedig ag amrywiaeth o ganlyniadau niweidiol ac ymddygiad peryglus. Fodd bynnag, mae gwaith ymchwil wedi canfod bod diodydd egni yn cael eu marchnata ar safleoedd gemau yn aml, a'u bod yn gysylltiedig â chwaraeon a ffordd o fyw athletaidd, a'u bod yn targedu dynion iau yn benodol.



Marchnata mewn Siopau

Mae brandiau archfarchnadoedd mawr yn defnyddio tactegau marchnata clyfar i wneud i ni dreulio mwy o amser ac arian yn eu siopau.

Lleoli Cynnyrch ar Lefel Llygaid: Yn aml, mae cynhyrchion sydd wedi'u targedu at bobl ifanc yn cael eu gosod ar lefel llygad er mwyn tynnu sylw atyn nhw a'u gwneud yn haws i'w dewis.

Talcen Eiliau: Mae byrbrydau a diodydd llawn siwgr poblogaidd yn cael eu lleoli mewn mannau prysur fel talcen eiliau, ac maen nhw'n cael eu gwerthu fel cynnig arbennig yn aml.

Pwyntiau talu: Mae eitemau fel cylchgronau, melysion a siocled yn cael eu lleoli yma lle mae pobl ifanc yn fwy tebygol o ofyn amdany'n nhw. Dyma gyfle olaf y siop i berswadio pobl i brynu ychydig mwy o eitemau.

Mae eitemau hanfodol yng nghefn y siop ac yn bell oddi wrth ei gilydd. Mae hyn yn gorfodi siopwyr i gerdded heibio eitemau eraill ac efallai prynu mwy o bethau.



Mae rhagor o wybodaeth am gyfyngiadau ar leoli a hyrwyddo cynhyrchion HFSS ar gael yn y Banc Gwybodaeth am Ddeddfau a Rheoliadau.



GIG
CYMRU
NHS
WALES

Iechyd Cyhoeddus
Cymru
Public Health
Wales