

Moeseg

**Pecyn cymorth
i fusnesau
organig Cymru**



Llun clawr: iStockphoto
 Tudalen 3 llun: Francois Bouchet/ Jonathan Empson
 Tudalen 4 llun: Helen Rickard
 Tudalen 7 llun: Henning Mühlinghaus
 Tudalen 8 llun: Jon Connell
 Tudalen 11 llun: Canolfan Organig Cymru
 Tudalen 12 llun: Canolfan Organig Cymru
 Tudalen 15 llun: Cayusa/ Ramberto Rumagun/ Jonathan Empson
 Tudalen 16 llun: Roger Smith
 Tudalen 19 llun: Canolfan Organig Cymru
 Tudalen 20 llun: Lucy Watkins

Open Access. Some rights reserved.

Cyhoeddwyd ar y cyd yn 2011 gan:
 Canolfan Organig Cymru, IBERS, Campws Gogerddan, Prifysgol
 Aberystwyth, Ceredigion SY23 3EB
 01970 622248
 organic@aber.ac.uk
 www.organiccentrewales.org.uk
 Y Cyngor Moeseg Bwyd, 39-41 Surrey St., Brighton BN1 3PB
 www.foodethicscouncil.org



Am y pecyn cymorth hwn

Mae Canolfan Organig Cymru'n rhedeg prosiect tair blynedd o'r enw **Gwell Cysylltiadau Busnes Organig**, i gefnogi proffidioldeb, cynaliadwyedd a pherfformiad amgylcheddol rhagorol yn y sector organig. Un o'r nodau yw helpu i ddatblygu modelau masnachu teg a moesegol. Mae hyn yn golygu helpu pobl i **wneud busnes yn foesebol** a'u cefnogi i **gael bargaen deg** gan gyflenwyr a chwsmeriaid.

Gofynnodd y Ganolfan i'r Cyngor Moeseg Bwyd greu'r pecyn cymorth hwn. Mae'n cyflwyno busnesau i syniadau allweddol mewn moeseg gan awgrymu fframwaith ar gyfer penderfynuo moesegol. Mae'n trafod rhai o'r materion penodol sy'n wynebu'r sector organig ac yn egluro sut i gael gwybod mwy.

Cynnwys

Beth yw moeseg?	2
Pum myth am foesebol fues	5
Prynu'n foesebol	6
Masnach deg?	9
Dynamig organig	10
Rhesymeg labelu	13
Chwarae'r cerdyn dewis	14
Sefyll y prawf tryloywder	17
Nabod eich rhanddeiliaid	18
Gwneud penderfyniadau'n foesebol	21
Gallwn eich helpu	22

Mae **Moeseg** yn cyfeirio at y gwerthoedd, yr egwyddorion a'r codau y mae pobl yn byw wrthynt. Mae gweithredu'n foesegol yn golygu cymryd gwerthoedd o ddifrif a gofyn 'beth dylwn i ei wneud, o ystyried popeth?'

Wrth gwrs, ni allwn gwestiynu popeth rydym yn ei wneud. Fodd bynnag, p'un a ydym yn sylwi arno ai peidio, mae ein gwerthoedd yn aml yn dylanwadu ar y penderfyniadau a wneir gennym yn ein bywydau personol, cymdeithasol a phroffesiynol. Am ganrifoedd, mae athronwyr wedi pendroni ar sut i wneud hyn yn well. Er nad oes unrhyw atebion hawdd, mae eu cyngor yn cynnwys:

- **Dylid penderfynu'r enillwyr a'r collwyr tebygol** ond cofiwch, mae'r dyfodol yn ansicr a gall rhai pethau fod yn anghywir beth bynnag yw'r buddion.
- **Dyw hi ddim bob amser am wahaniaethu rhwng beth sy'n iawn a beth sy'n ddrwg** – weithiau mae angen i chi wahaniaethu rhwng dau beth sy'n iawn - yr allwedd yw gofyn 'iawn i bwy'?
- **Mae bod yn deg yn sylfaenol** – i deimlo beth sy'n deg, dychmygwch eich bod yn esgidiau'r collwr mwyaf.
- **Bod yn glir ac yn agored am eich rhesymau** a'r egwyddorion y tu ôl iddynt – mae gennym offeryn yn y pecyn hwn i helpu.
- **Trafod** – does dim byd fel dadl dda i helpu i ddod o hyd i ateb.

Mae moeseg yn ymwneud â cheisio gwneud penderfyniadau da. Mae a wnelo â sut rydych yn gwneud busnes, nid â pha gynhyrchion a werthir gennych yn unig.

Beth yw moeseg?

“BUSNES
GWAEL YW
BUSNES SY'N
GWNEUD DIM
BYD OND
ARIAN”

Henry Ford



Pum myth am foeseg fusnes

Myth 1: Dylai busnesau weithredu'n foesegol oherwydd y buddion a'r risgiau a ddaw yn sgil peidio â gwneud hynny.

GAU: Gall ymddygiad moesegol hybu elw, cynnal eich enw da, a lleihau risgiau rheoleiddio, ond nid hunan-les yn unig yw moeseg. Mae moeseg fusnes yn ymwneud â llywodraethu da a chyflawni'ch cyfrifoldebau i'r holl randdeiliaid.

Myth 2: Mae moeseg yn ymwneud â brandiau arbenigol i bobl gyfoethog.

GAU: Dim ond y dechrau yw brandiau 'moesegol'. Mae gan foeseg yr offer i helpu pob busnes i wneud gwell penderfyniadau. Mae ymchwil yn dangos y byddai'r rhan fwyaf o bobl yn hoffi bwyta'n foesegol.

Myth 3: Dim ond at ddibenion marchnata a chysylltiadau cyhoeddus y mae moeseg.

GAU: Mae moeseg yn berthnasol i ddatblygu cynhyrchion, cadwyni cyflenwi, contractau, adnoddau dynol, strategaeth fusnes a llawer mwy. Weithiau gallwch fanteisio drwy farchnata cynhyrchion fel rhai 'moesegol' ond cofiwch, mater moesegol yw marchnata gonest ynddo ei hun.

Myth 4: Un cyfrifoldeb yn unig sydd gan fusnesau - i'w rhanddeiliaid.

GAU: Mae hyd yn oed y cwmnïau gwaethaf yn y byd yn dadlau eu bod yn gwneud y peth iawn - bod dyletswydd arnynt i wneud arian i'w rhanddeiliaid, lle bynnag mae hynny'n mynd â nhw. Yn ymarferol, mae gan fusnesau gyfrifoldebau cytundebol a moesol eraill, er enghraifft i'w cwsmeriaid a'u gweithwyr.

Myth 5: Yn ei hanfod ystyr moeseg yw bod yn dda i bobl eraill.

GAU: Rhaid ystyried anifeiliaid a'r amgylchedd hefyd, ac nid yn unig oherwydd eu bod yn ddefnyddiol i bobl: wedi'r cwbl, efallai mai peth twp fyddai cicio tractor mewn rhwystredigaeth, ond peth drwg yw gwneud yr un fath i fuwch.

Pobl sy'n **mynd o'u ffordd i brynu'r peth iawn** yw prynwyr moesegol, sy'n ystyried a gafodd y bobl a wnaeth y cynnyrch dan sylw eu trin yn deg, a gafodd yr anifeiliaid neu'r amgylchedd eu niweidio, a llwyth o faterion eraill.

Mae dadansoddwyr manwerthu yn yr IGD yn dweud bod 15% o siopwyr y DU yn 'efengylwyr moesegol', sy'n bwrw ati'n ymwybodol i ystyried nifer o faterion wrth siopa, a bod 64% ohonynt yn ddarpar brynwyr moesegol neu rai rhan-amser yw 64% ohonynt. O gymharu ag ychydig o flynyddoedd yn ôl yn unig, **y farchnad arbenigol bellach yw'r 21% o bobl sydd heb ddiddordeb mewn siopa'n foesegol.**

Er bod llawer o ddarpar ddefnyddwyr moesegol, nid ydynt yn prynu llawer o'u bwyd yn foesegol. Mae'r Co-operative wedi adrodd yn flynyddol er 1999 ar faint y 'farchnad foesegol' ac mae wedi'i gweld yn tyfu chwe gwaith yn y sector bwyd dros ddegawd. Eto, ar **£6 biliwn y flwyddyn, o hyd mae'n cyfrif am 3.4% yn unig** o werthiant bwyd, diodydd a gwasanaethau bwyd gyda'i gilydd.

Mae mynegai'r Co-op yn cyfrif cynhyrchion achrededig yn bennaf, gan gynnwys organig, Masnach Deg, *Rainforest Alliance*, bwydydd llysieuol, wyau a dofodnod maes, *Freedom Foods* a physgod cynaliadwy. Ond mae hefyd yn cynnwys cynhyrchion sy'n cael eu boicotio, a oedd yn werth £1 biliwn yn 2008.

Felly, nid am brynu'n fwy cydwybodol yn unig y mae prynu'n foesegol – weithiau mae'n ymwneud â pheidio â phrynu o gwbl. Mae newid yn yr hinsawdd a phrinder adnoddau wedi gwneud **defnyddio llai** n flaenoriaeth gynyddol i brynwyr sy'n poeni am y pethau hyn.



Masnach deg?



Gwariwyd tua £750 miliwn ar fwyd **Masnach Deg** yn y DU yn 2009, ac mae gwerthiant cynhyrchion sydd wedi'u labelu o dan y cynllun wedi dod drwy'r dirwasgiad. Mae ardystio'n sicrhau defnyddwyr bod cynhyrchion yn cydymffurfio ag egwyddorion 'masnach deg'. Mae'r sefydliadau y tu ôl i'r syniad wedi cytuno bod 'masnach deg' yn golygu "partneriaeth fasnachu, sy'n seiliedig ar ddeialog, tryloywder a pharch, ac sy'n ceisio mwy o degwch mewn masnach ryngwladol".

Mae gan lawer o ffermwyr yng Nghymru eu straeon eu hunain i'w hadrodd am driniaeth annheg gan fusnesau bwyd ac archfarchnadoedd mawr ac am werthu o dan y gost gynhyrchu. Hefyd ceir tystiolaeth bod y pwysau ar ffermwyr yn gwneud bywyd hyd yn oed yn galetach i weithwyr amaethyddol, sydd yn aml mewn swyddi ansicr eisoes, gyda rhai sydd wedi'u cyflogi'n anghyfreithlon hyd yn oed.

Mae hyn wedi sbarduno galwadau mynych am nod 'masnach deg' i ffermwyr Prydain, gan gynnwys un yn 2006 gan Caroline Spelman, a aeth ymlaen i ddod yn Ysgrifennydd Gwladol yn Defra.

Mae Cymdeithas y Pridd wedi gweithio i fynd i'r afael â'r broblem hon gan ddyfeisio nod **Masnach Foesegol Cymdeithas y Pridd**. Mae'r ardystio'n cwmpasu'r holl gadwyn gyflenwi gan sicrhau bod amodau gweithwyr yn deg, adenillion tecach i ffermwyr a chyfraniad cadarnhaol i'r gymuned leol.

Calon Wen, cydweithfa odro organig yn Sir Gaerfyrddin, oedd y llaethdy cyntaf i ymuno â'r cynllun. **Cydweithio** yw ffordd y gall ffermwyr gynyddu eu grym bargeinio a'u dylanwad yn y farchnadfa.

Beth yw'r **heriau sy'n wynebu busnesau organig** sydd am chwarae eu rhan mewn sector bwyd sy'n deg, yn gynaliadwy ac yn ystyriol o les anifeiliaid?

Mae gwerthiant organig wedi'i daro gan y dirwasgiad, gyda gostyngiad yn ystod 2009.

Efallai fod cynhyrchion sydd wedi'u hardystio'n organig ar eu colled oherwydd bwydydd sydd â chymwysterau 'moesegol' eraill, er enghraifft rhai sydd wedi'u cynhyrchu'n lleol. Mae dadansoddwyr manwerthu yn yr IGD yn amcangyfrif bod 10% o siopwyr wedi cael hyd i gynhyrchion rhatach sydd, i'w tyb nhw, yn cynnig yr un buddion â rhai organig.

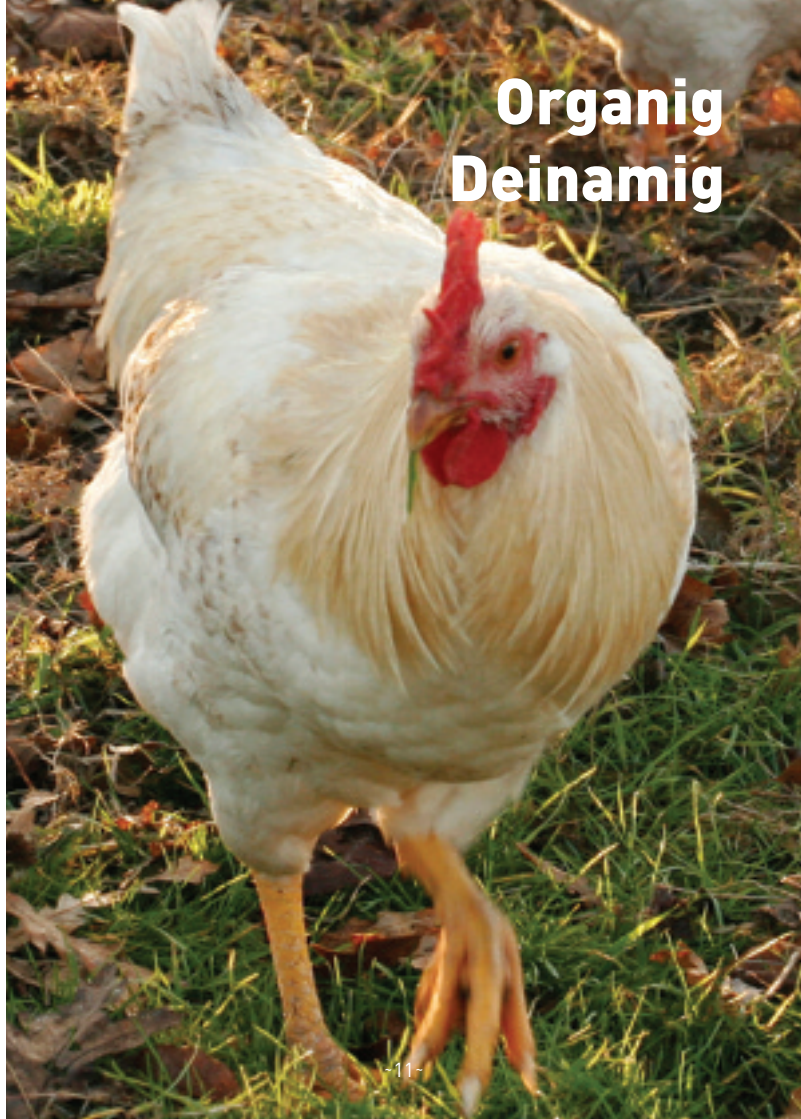
Yr heriau marchnata mawr i fusnesau organig yw:

Gwneud eich bwyd yn **hygyrch**. Nid yw hynny'n golygu prisiau isel iawn o anghenraid - mae'n ymwneud â chynnig gwerth am bres a sicrhau bod eich cynhyrchion yn rhwydd eu prynu. Rydym yn gwybod ei bod yn bosibl, oherwydd i grwpiau incwm isel gyfrif am un rhan o dair o werthiant organig yn 2009.

Dweud wrth siopwyr **beth arall rydych chi'n ei wneud sy'n fuddiol**. Mae tîm sy'n cynnwys ymchwilwyr o Ganolfan Ymchwil Organig *Elm Farm* wedi cynhyrchu llawlyfr ar sut i ddweud wrth siopwyr am eich safonau lles anifeiliaid uchel, eich cefnogaeth i'r economi leol a'r amgylchedd a'r ffordd rydych yn trin eich gweithwyr a'ch cymheiriaid busnes. Gallwch ei ddarllen ar <http://orgprints.org/17852/>.

Mae datblygiadau ehangach i'w gwyllo'n cynnwys lefel y ddarpariaeth o dan Glastir, dadleuon dros rôl glaswelltir wrth reoli allyriadau nwy tŷ gwydr a rheolau ar fwyd a phorthiant sydd wedi'u haddasu'n enetig.

Organig Deinamig



Rhesymeg labelu



Mae labelu'n dylanwadu ar benderfyniadau prynu siopwyr. Er hynny, prin bod y penderfyniadau hyn yn ymarferiadau mewn asesu gwybodaeth am faeth, perfformiad cadwyn gyflenwi ac yna pwysoli'r rhain yn erbyn blas ac ansawdd. Mae siopa'n cael ei wneud ar frys, gyda phenderfyniadau'n cael eu gwneud mewn eiliadau'n unig, ac mae labeli'n gweithredu fel **ffaglau ymddiriedaeth yn ei chanol hi**.

Mae labeli Organig, Masnach Deg a'r Cyngor Stiwardiaeth Forol ymhlith y rheini sy'n ennyn lefelau ymddiriedaeth uchel gan ddefnyddwyr: lle y mae eu hystyr yn cael ei ddeall maent yn rhoi sicrwydd i siopwyr fod y cynhyrchion yn ddilys, heb eu boddi yn y manylion.

A ydych yn ystyried labelu'ch cynhyrchion? Efallai y byddwch am rhoi ystyriaeth i:

Fuddion a chostau. Bydd cael gwirio allanol i'r hyn rydych yn ei wneud yn eich helpu i wneud gwelliannau i'ch busnes yn ogystal ag ennyn ymddiriedaeth eich cwsmeriaid. Ond mae'n costio o ran ffioedd a gwaith papur - ceisiwch roi rhifau ar y manteision a'r anfanteision a gweld sut maent yn adio i fyny.

Oes 'na label? Efallai nad oes cynllun na hyd yn oed diffiniad y cytunir arno sy'n cynnwys yr hyn rydych am ei ddweud. Dyweder eich bod am ddweud wrth bobl fod eich bwyd yn lleol: cafodd ymchwil gan y prosiect CORE a ariennir gan yr UE mai'r dewis gorau yw bod yn benodol am le y cafodd ei dyfu a'i wneud, felly gall siopwyr benderfynu eu hunain ynglŷn â pha mor lleol yw'r bwyd.

Twrw neu utgorn? Mae gan gwsmeriaid ormod o wybodaeth i'w threulio'n barod. A fydd eich label yn torri drwyddi neu ddim ond yn ychwanegu at y sŵn?

Mae dewis yn bwysig. Mae siopwyr yn hoffi dewisiadau a dydyn nhw ddim yn hoffi bod pobl yn dweud wrthynt beth i'w fwyta.

Felly mae'n hawdd chwarae'r cerdyn dewis pan fyddwch yn cael eich beirniadu am eich perfformiad amgylcheddol neu gymdeithasol - drwy honni mai galw defnyddwyr, nid strategaeth gorfforaethol, yw gwraidd y broblem.

Ond nid yw pethau mor syml â hynny. Fel busnes bwyd mae gennych ddylanwad pwerus dros yr hyn rydym yn ei fwyta ac am ei fwyta, drwy beth rydych yn ei roi ar y silffoedd a sut rydych yn hyrwyddo gwahanol gynhyrchion a chategorïau.

Mae parch go iawn tuag at ddewis defnyddwyr yn golygu bodloni disgwyliadau pobl ynglŷn â safonau uchel eich cynhyrchion a'ch cadwyni cyflenwi, a dod â'ch cwsmeriaid gyda chi ar y siwrnai tuag at system fwyd lle y mae'n hawdd bwyta deiet cynaliadwy, teg ac iach.

Mae'n mynd yn anos chwarae'r cerdyn dewis. Mewn gwirionedd, mae'r duedd tuag at '**olygu dewisiadau**' gan fanwerthwyr a allai olygu ystyried moeseg pan fyddant yn gwneud dewisiadau dros eu cwsmeriaid. Gallai hyn feddwl tynnu'r cynhyrchion 'gwaethaf' oddi ar y silffoedd. Mae ymchwil i Defra wedi canfod bod defnyddwyr yn gyfforddus gyda hyn lle nad yw'n amharu ar ansawdd eu bywydau.

Y gwir amdani yw bod y rhan fwyaf o siopwyr yn disgwyl rhywfaint o olygu dewisiadau - prin eich bod yn disgwyl prynu rhywogaeth o bysgodyn sydd o dan fygythiad neu gynnyrch a wnaed â llafur plant.

Chwarae'r cerdyn dewis

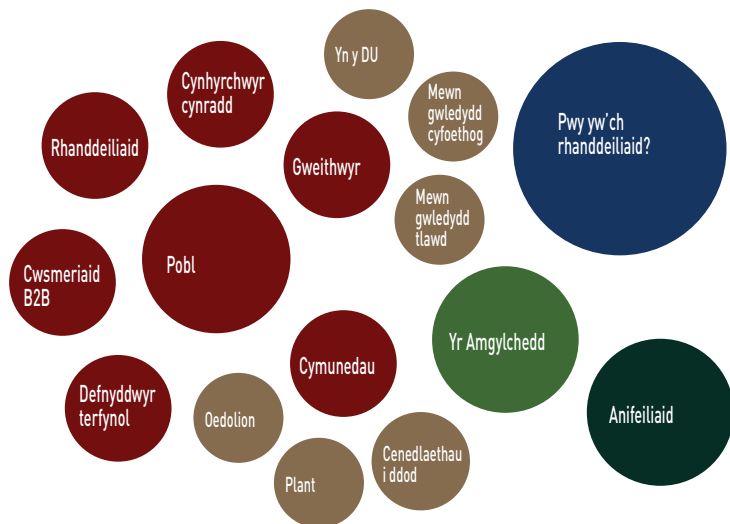


Sefyll y prawf tryloywder

Mae rhai materion moesegol i'w gweld yn eithaf cymhleth, er enghraifft, lles anifeiliaid, lle y mae systemau cynhyrchu dan do sy'n peryglu rhyddid ymddygiadol anifeiliaid weithiau'n sgorio'n well mewn dangosyddion clefydau neu farwolaeth. Yna, ceir sawl cyfyng-gyngor ynglŷn â safonau llafur, lle y gallai cau cyflogwr anghyfreithlon wthio staff sy'n agored i niwed allan o waith yn gyfan gwbl ac i waeth tlodi. Os ydych yn poeni ynglŷn a mater moesegol, rhowch gynnig ar sefyll y prawf tryloywder:

A fyddai'ch cwsmeriaid yn dal i fwya'ch bwyd neu brynu'ch cynnyrch pe baent yn gwybod eu tarddiad? Os nad ydych yn siŵr, yna mae rhywbeth o'i le. Os nad ydych yn gwybod beth i'w wneud amdano, neu os na allwch fynd i'r afael ag ef ar eich pen eich hun, gallwch ofyn i ni neu eraill am help.

Mae llawer mwy nag elw yn y fantol yn eich busnes: bywoliaeth ac iechyd pobl, yr amgylchedd, lles anifeiliaid a hyd yn oed cenedlaethau yn y dyfodol. Mae'n bwysig gwybod pwy yw'ch holl randdeiliaid, hyd yn oed os ydych yn ystyried bod rhai yn bwysicach nag eraill. Gall fod o fudd feddwl am unrhyw beth sy'n bwysig ynddo ei hun – anifail fferm neu ecosystem hyd yn oed – fel rhanddeiliad.



Nabod eich rhanddeiliaid



A yw'n helpu ↓ Pobl	i →		
	fod yn iach?	fod yn rhydd?	Cael eidd yn deg?
	iechyd a lles	deusiadau gwyrbodur	cyfiawnder gymdeithasol
Anifeiliaid	lles anifeiliaid	rhyddid ymddygiadol	gymraed naturiol
Amgylchedd	cadwraeth	bosomrywiol	gynaliad-wydd

Gwneud penderfyniadau'n foesegol

Offeryn yw'r tabl gyferbyn i helpu wrth wneud penderfyniadau moesegol. Mae'n gweithio trwy gymryd tair egwyddor bwysig (parch at les, ymreolaeth a thegwch) a gofyn beth maent yn ei olygu i wahanol randdeiliaid neu grwpiau buddiant.

Mae'r offeryn hwn yn seiliedig ar y Matrics Moesegol, a ddatblygwyd gan yr Athro Ben Mephram. Fframwaith cyffredinol yw hwn y gellir ei ddefnyddio i ystyried eich cyfrifoldebau, meddwl yn ofalus am fargeinio anodd a thrafod â rhanddeiliaid. Mae wedi'i gynllunio i'ch helpu i grisialu materion yn eich pen a chyfiawnhau'ch penderfyniadau i bobl eraill. Efallai hefyd y byddwch am eich profi'ch hun yn erbyn pedair egwyddor IFOAM ar gyfer ffermio organig: Tegwch, lechyd, Ecoleg a Gofal.

Beth am roi cynnig arni?

Y tro nesaf rydych yn wynebu **PENDERFYNIAD DYRYS...**

1. Tynnwch **GRID**.
2. Ar yr ochr chwith, rhestrwch **BWY** a **BETH** y gallai'r penderfyniad effeithio arnynt.
3. Ar hyd y brig rhestrwch **SUT** y gallai'r penderfyniad effeithio arnynt – a fydd yn eu helpu i fod yn iach, yn rhydd ac i gael eu trin yn deg.
4. Meddyliwch beth sy'n mynd **YM MHOB BLWCH** – beth mae pob egwyddor yn ei olygu i bob rhanddeiliad.
5. Mae hyn yn eich helpu i fapio'r materion a meddwl sut i'w **PWYSOLI**.
6. **TRAFODWCH** â phobl eraill.
7. Peidiwch â disgwyl ateb **HAWS** ond disgwylwch un **GWELL**.

I gael rhagor o wybodaeth am beth mae **Canolfan Organig Cymru** a'r **prosiect BOBL** yn ei wneud dros gynhyrchwyr organig cysylltwch â: Dafydd Owen, Rheolwr Prosiect ar gyfer Gwell Cysylltiadau Busnes Organig ar:

organic@aber.ac.uk neu 01970 622248.

Am wybodaeth bellach am y materion yn y llyfryn hwn ewch at:

www.organiccentrewales.org.uk

www.foodethicscouncil.org

www.soilassociation.org