

# Ein Gwlad Ar-lein

Adroddiad 2022



Cyhoeddwyd 1 Mehefin 2022

# Cynnwys

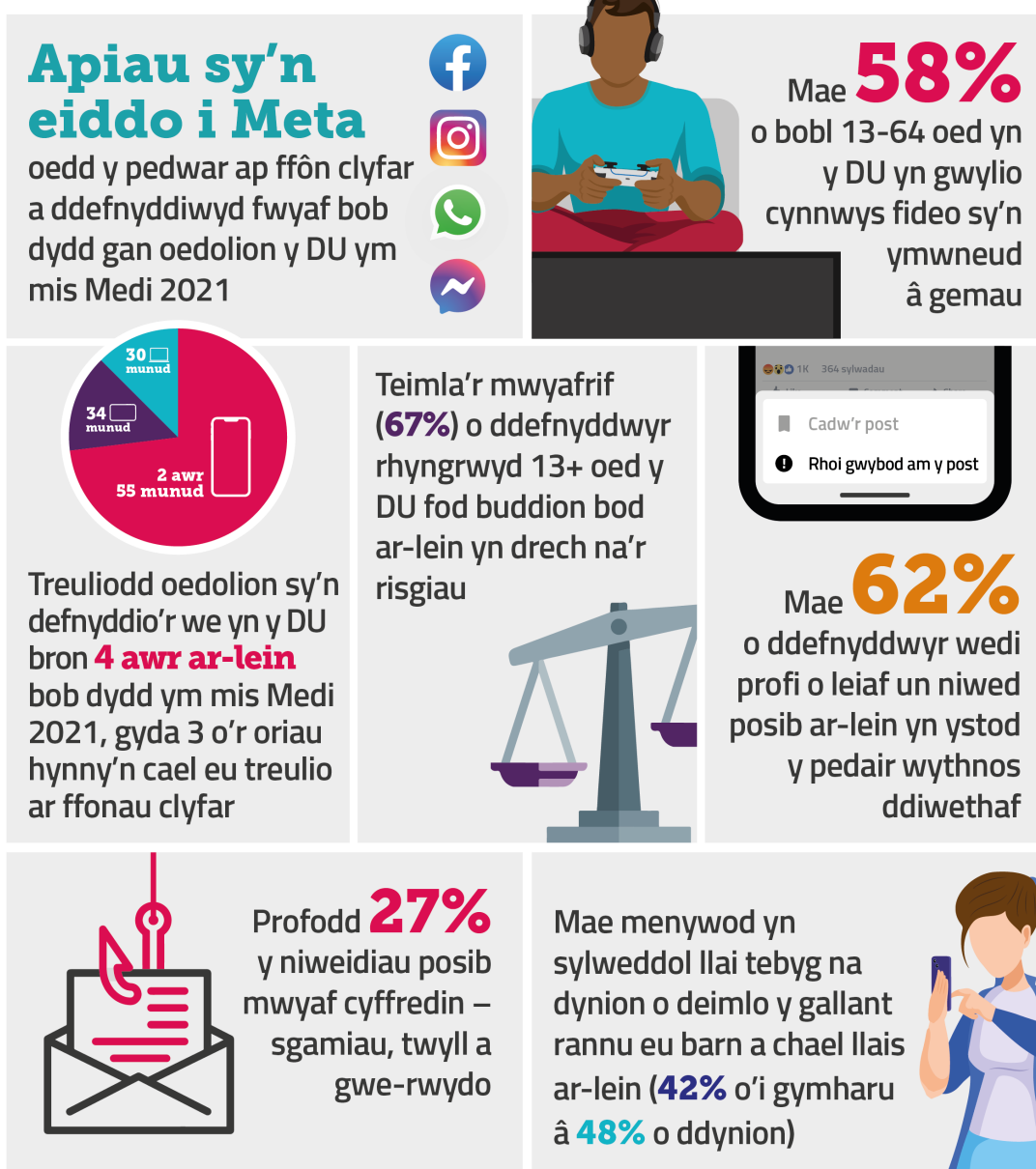
---

<b>Trosolwg</b>	<b>3</b>
Beth rydym wedi'i ganfod – yn gryno	3
<b>1. Y dirwedd ar-lein</b>	<b>10</b>
Cyflwyniad	10
Metrigau allweddol	10
Derbyn a defnyddio'r rhyngrwyd	11
Defnyddio gwasanaethau rhyngrwyd	16
Apiau	20
Ffrydiau refeniw'r sector ar-lein	23
Chwilio	30
Cyfryngau cymdeithasol	33
Newyddion	36

# Trosolwg

## Beth rydym wedi'i ganfod – yn gryno

I'r rhan fwyaf o bobl yn y DU, mae bod ar-lein yn rhan bwysig o fywyd bob dydd. Mae bod ar-lein yn galluogi pobl i gysylltu ag eraill, weithiau mewn ffyrdd nad ydyn nhw'n gallu eu gwneud heb fynd ar-lein. Mae ein data yn dangos sut rydym yn elwa o amrywiaeth o wasanaethau ar-lein, o lwyfannau negeseuon a galwadau i lwyfannau gemau, gwasanaethau newyddion ar-lein a siopa ar-lein. Fodd bynnag, rydym hefyd wedi casglu data sy'n dangos sut gall y rhyngwrwd achosi risgiau drwy ddod i gysylltiad â chynnwys neu ymddygiad niweidiol posibl gan ddefnyddwyr eraill.



## **Mynd ar-lein yn y DU**

### **Treuliodd oedolion y DU sy'n defnyddio'r rhyngwrwd bedair awr ar-lein bob dydd ym mis Medi 2021**

Treuliodd oedolion sy'n defnyddio'r rhyngwrwd yn y DU 3 awr 59 munud y dydd ar-lein ar gyfartaledd ym mis Medi 2021 - ar gyfrifiaduron, dyfeisiau tabled a ffonau clyfar. Oedolion ifanc sy'n dal i dreulio'r rhan fwyaf o amser ar-lein, gyda phobl ifanc 18-24 oed yn treulio 5 awr 6 munud ar-lein bob dydd ar gyfartaledd, a phobl 55 oed a hŷn yn treulio'r amser lleiaf (2 awr 58 munud). Treuliodd menywod fwy o amser ar-lein (4 awr 11 munud) na dynion (3 awr a 46 munud).

Oedolion ar-lein yn yr Alban fu'n treulio'r rhan fwyaf o amser o'i gymharu â gwledydd eraill y DU (4 awr 18 munud), ac oedolion ar-lein yng Ngogledd Iwerddon fu'n treulio'r amser lleiaf ar-lein (3 awr 25 munud). Roedd 73% o'r amser a dreulwyd ar-lein bob dydd gan oedolion ar-lein yn y DU ar ffôn clyfar; *dim ond* ffôn clyfar y mae un o bob pump o bobl yn ei ddefnyddio i fynd ar-lein, o'i gymharu ag un o bob deg y llynedd.

### **Mae gwasanaethau gwybodaeth ar-lein cenedlaethol a rhanbarthol yn cael eu defnyddio'n helaeth yn y DU**

Mae newyddion a gwasanaethau cyhoeddus y llywodraeth ymysg y gwefannau a'r apiau a ddefnyddir fwyaf yn y DU. Gwasanaeth ar-lein Llywodraeth y DU, sy'n cynnwys gov.uk, oedd y seithfed parth rhyngwrwd â'r cyrhaeddiad uchaf (71% o oedolion sy'n defnyddio'r rhyngwrwd yn y DU) ym mis Medi 2021. Gallai hyn adlewyrchu defnydd yn ystod y pandemig, gyda phobl yn cyrchu gwybodaeth am Covid-19 yn ogystal â gwybodaeth ariannol a gwybodaeth am deithio. Gwasanaethau ar-lein y GIG oedd yn safle rhif naw ymhlith y gwefannau â'r cyrhaeddiad mwyaf, gan gyrraedd 67%. Ymysg y gwasanaethau newyddion ar-lein, BBC News oedd yr un a ddefnyddiwyd fwyaf ym mhob un o bedair gwlad y DU, gan 71% o oedolion ar-lein y DU. Roedd y rhan fwyaf o'r deg prif wefan ac ap newyddion ar gyfer y DU i gyd yr un mor boblogaidd ar draws pob un o wledydd y DU. Ond mae cyrhaeddiad uchel Wales Online (yr ail wasanaeth newyddion ar-lein mwyaf poblogaidd yng Nghymru), Belfast Live (yr ail yng Ngogledd Iwerddon) a'r Daily Record (y pedwerydd yn yr Alban) yn dangos pwysigrwydd newyddion wedi'i deilwra i gynulleidfaedd ym mhob un o wledydd y DU.

### **Apiau sy'n eiddo i Meta oedd y pedwar ap ffonau clyfar a ddefnyddiwyd amlaf gan oedolion y DU bob dydd ym mis Medi 2021**

Ym mis Medi 2021, roedd 88% o oedolion sy'n defnyddio ffonau clyfar ar-lein yn y DU wedi mynd ar WhatsApp, yr ap ffôn clyfar mwyaf poblogaidd, ac yna'r ap Facebook (87%). Wrth gymharu nifer cyfartalog yr ymwelwyr bob dydd, o blith yr oedolion sy'n berchen ar ffôn clyfar ac yn mynd ar-lein, aeth 61% ar Facebook, 50% ar WhatsApp, 35% ar Instagram a 27% ar Facebook Messenger. Instagram oedd yr ap ffonau clyfar mwyaf poblogaidd ymysg pobl 15-24 oed sy'n mynd ar-lein yn y DU. Roedd 60% ohonynt ar Instagram bob dydd, ar gyfartaledd. Mae un oedolyn o bob pump yn defnyddio pob un o'r tri gwasanaeth cyfathrebu sy'n eiddo i Meta.

Dywedodd bron pob un (94%) oedolyn 16 oed a hŷn sy'n defnyddio'r rhyngwrwyd yn y DU eu bod yn defnyddio gwasanaeth cyfathrebu ar-lein i wneud galwadau llais/fideo neu i anfon negeseuon yn 2021, ac roedd 80% o blant 3-15 oed yn gwneud yr un fath. Dywedodd 87% o oedolion eu bod yn defnyddio unrhyw un o wasanaethau cyfathrebu Meta: WhatsApp, Facebook Messenger neu Instagram.

### **Roedd un o bob deg oedolyn ar-lein yn y DU wedi defnyddio gwasanaeth chwilio am gariad ar-lein ym mis Medi 2021**

Tinder (sy'n eiddo i Match) oedd y gwasanaeth chwilio am gariad ar-lein mwyaf poblogaidd, gan gyrraedd 1.9 miliwn (4%) o oedolion ar-lein ym mis Medi 2021. Mae gwasanaethau chwilio am gariad ar-lein yn arbennig o boblogaidd ymysg defnyddwyr rhyngwrwyd rhwng 25 a 34 oed; roedd 19% ohonynt wedi defnyddio o leiaf un gwasanaeth ym mis Medi 2021.

Tinder yw'r gwasanaeth chwilio am gariad mwyaf poblogaidd o hyd ymhlith grwpiau oedran iau. Mae 15% o oedolion ar-lein rhwng 18 a 34 oed yn defnyddio Tinder; mae 62% o'r oedolion sy'n defnyddio Tinder yn y DU yn ddynion, ac mae 38% yn fenywod. Defnyddiodd 1% o bobl 65 oed a hŷn OurTime, sef gwasanaeth chwilio am gariad ar gyfer pobl dros 50 oed (sydd hefyd yn eiddo i Match). Mae hyn yn golygu mai hwn yw'r gwasanaeth yr oedd y grŵp oedran hwn yn ei ddefnyddio fwyaf.

### **Mae 39% o oedolion 16 oed a hŷn yn y DU yn chwarae gemau ar-lein, fel y mae 56% o blant 3-15 oed yn y DU**

Treuliodd chwaraewyr gemau rhwng 13 a 64 oed yn y DU 7 awr 33 munud yr wythnos yn chwarae gemau yn Ch4 2021. Daeth chwarae gemau ar-lein yn fwyfwy pwysig i blant 8-17 oed yn ystod y pandemig. Dywedodd 85% o rieni plant 8-17 oed fod eu plentyn wedi treulio mwy o amser yn chwarae gemau ar-lein yn 2021 nag o'r blaen.

### **Candy Crush Saga yw'r ap gemau mwyaf poblogaidd, gyda 1.2 miliwn o oedolion yn y DU yn defnyddio'r ap bob dydd, a chyrrhaeddodd Wordle (gêm ar y we) 1.8 miliwn o oedolion yn y DU bob dydd ym mis Chwefror 2022**

Yn 2021, dywedodd 20% o oedolion Prydain eu bod yn chwarae gemau digidol am ddim bob mis o leiaf. *Candy Crush Saga*, a ryddhawyd ym mis Ebrill 2012, yw'r ap gemau mwyaf poblogaidd ar ddyfeisiau symudol yn y DU. Defnyddiodd 2.5 miliwn o oedolion yr ap ym mis Chwefror 2022. Mae'r gêm yn arbennig o boblogaidd ymysg menywod, gydag 1.7 miliwn o fenywod yn mynd ar yr ap ym mis Chwefror 2022 – sef 68% o gyfanswm yr oedolion sy'n mynd ar yr ap yn y DU. Ym mis Ionawr 2022, cytunodd Microsoft i gaffael y cwmni gemau, Activision Blizzard, perchennog Candy Crush, am £51bn. Dyma oedd y gwerthiant mwyaf erioed y cytunwyd arno yn y diwydiant gemau.

Aeth 8.4 miliwn o oedolion yn y DU ar wefan Wordle ym mis Chwefror 2022; roedd 17% o oedolion ar-lein yn y DU wedi mynd i'r wefan, gyda chyfartaledd o 1.8 miliwn o oedolion yn mynd i'r wefan bob dydd. Mae gan y gêm gyrhaeddiad uwch bob mis ymysg menywod (19%) na dynion (15%).

### **Mae 58% o unigolion y DU rhwng 13 a 64 oed yn gwylio cynnwys sy'n gysylltiedig â gemau fideo**

Mae gwyllo cynnwys sy'n gysylltiedig â gemau ar lwyfannau fideo yn bwysig i lawer o chwaraewyr gemau fel ffordd o deimlo'n rhan o'r gymuned gemau: Mae 37% o bobl 13-64 oed yn y DU sy'n gwyllo cynnwys gysylltiedig â gemau yn dweud bod hyn yn rheswm dros wneud hynny, ac mae'r ffigur yn codi i 54% ymysg pobl ifanc 16-24 oed. YouTube yw'r llwyfan mwyaf poblogaidd ar gyfer gwyllo cynnwys gysylltiedig â gemau. Mae 74% o'r rheini sy'n gwyllo cynnwys gemau yn ei ddefnyddio. Mae 25% o'r rhai sy'n gwyllo cynnwys gysylltiedig â gemau yn defnyddio Twitch, y gwasanaeth ffrydio gemau; roedd 2.9 miliwn o oedolion wedi defnyddio Twitch ym mis Medi 2021, gydag oedolion yn y DU yn treulio 20 munud y dydd ar gyfartaledd ar y llwyfan a hynny ar gyfrifiadur pen desg, gliniadur neu ddyfeisiau symudol.

### **Mae 58% o chwaraewyr gemau'r DU rhwng 13 a 64 oed yn tanysgrifio i wasanaeth tanysgrifio i gemau**

Ar gyfartaledd, mae chwaraewyr gemau yn y DU yn gwario mwy ar brynu gemau digidol nag ar brynu gemau ffisegol; mae hyn yn cynnwys gwasanaethau tanysgrifio i gemau. PlayStation Plus, y consol gemau ar-lein aml-chwaraewr, oedd y tanysgrifiad gemau y telir amdano mwyaf poblogaidd yn y DU, gyda 3.2 miliwn o danysgrifwyr ar ddiwedd 2021. Roedd 2.1 miliwn o danysgrifwyr i wasanaethau gemau yn y cwmwl (dull o chwarae gemau lle mae dyfeisiau'n cysylltu â gemau fideo sy'n rhedeg ar weinyddion pell mewn canolfannau data) ar ddiwedd 2021. Y gwasanaeth tanysgrifio PlayStation Now yw'r gwasanaeth tanysgrifio mwyaf poblogaidd yn y DU ar gyfer gemau yn y cwmwl, gan gyrraedd 7% o bobl 13-64 oed.

### **Ymysg chwaraewyr VR y DU rhwng 13 a 64 oed, roedd 32% yn defnyddio penset VR PlayStation – y penset mwyaf poblogaidd**

Gallwn ddisgwyl i dechnolegau ymdrwythol fel realiti estynedig a realiti rhithwir (AR a VR) ddod yn fwyfwy amlwg yn ein bywydau ar-lein bob dydd. Rhagwelir y bydd newid o ddefnyddio'r rhyngwryd ar ffurf 2D fel ar hyn o bryd (h.y. gwefannau ac apiau ffonau clyfar) i ryngwryd metafyd 3D. Mae'r diwydiant wedi buddsoddi llawer iawn mewn VR, ac mae'n bosib mai chwarae gemau fydd y metafyd cyntaf yn y farchnad dorfol. Gall pensetiau realiti rhithwir wella'r profiad o chwarae gemau drwy wneud i ddefnyddwyr ymgolli mewn amgylcheddau cwbl gyfrifiadurol. Fodd bynnag, mae'r nifer sy'n defnyddio pensetiau VR yn dal yn isel, gyda 3% o oedolion yn chwarae gemau ar benset VR.

### **Profiadau defnyddwyr**

#### **Teimla'r rhan fwyaf o ddefnyddwyr y rhyngwryd yn y DU fod y manteision o fod ar-lein yn drech na'r risgiau**

Mae'r rhan fwyaf (67%) o ddefnyddwyr y rhyngwryd 13 oed a hyn yn teimlo bod y manteision o fod ar-lein yn drech na'r risgiau, o'i gymharu â 7% sy'n credu bod y risgiau'n drech na'r manteision. Mae 43% yn cytuno y gall bod ar-lein gael effaith gadarnhaol gyffredinol ar eu hiechyd meddwl, ond mae 14% yn anghytuno. Mae'r rhai sy'n mynd ar-lein yn aml (y rheini sy'n treulio mwy na 22 awr yr wythnos o amser personol ar-lein) yn fwy tebygol o gytuno bod y manteision o fynd ar-lein yn drech na'r risgiau (73%) ac yn fwy tebygol o gytuno y gall bod ar-lein gael effaith gadarnhaol ar eu hiechyd meddwl (50%).

Fodd bynnag, mae oedolion iau, menywod a'r rheini o grŵp lleiafrifoedd ethnig yn fwy tebygol nag eraill o gredu bod y risgiau o fod ar-lein yn drech na'r manteision. Mae'r rheini o grŵp lleiafrifoedd ethnig ddwywaith mor debygol â defnyddwyr gwyn o ddweud bod y risgiau o fod ar-lein yn drech na'r manteision. Mae menywod a phobl rhwng 18 a 34 oed yn fwy tebygol na'r cyfartaledd o *anghytuno* y gall bod ar-lein gael effaith gadarnhaol ar eu hiechyd meddwl yn gyffredinol. Mae menywod yn llawer llai tebygol na dynion o deimlo y gall bod ar-lein alluogi nhw i rannu eu barn a chael llais.

### **Mae dros chwech o bob deg (62%) o ddefnyddwyr rhyngrwyd 13 oed a hŷn wedi dod ar draws o leiaf un niwed posib ar-lein yn ystod y pedair wythnos diwethaf. Y niwed posib mwyaf cyffredin yw sgamiau, twyll a gwe-rwydo**

Mae defnyddwyr 18-34 oed a'r rheini o gefndiroedd lleiafrifoedd ethnig yn fwy tebygol na'r cyfartaledd o ddweud eu bod wedi profi o leiaf un niwed posib ar-lein yn ystod y pedair wythnos diwethaf (65% a 68% yn y drefn honno). Mae defnyddwyr hŷn, y rheini sy'n 55 oed a hŷn, yn llai tebygol na'r cyfartaledd o fod wedi dod ar draws niwed posib (57%). Y niwed posib mwyaf cyffredin yw sgamiau, twyll a gwe-rwydo. Mae 27% o ddefnyddwyr wedi dod ar draws hyn yn ystod y pedair wythnos diwethaf. Dyma'r unig fath o niwed posib yr oedd y grŵp oedran 55 oed a hŷn wedi dod ar ei draws ar gyfradd uwch na'r cyfartaledd. Yr ail fath o niwed posib a brofwyd amlaf oedd camwybodaeth. Roedd 22% wedi dod ar draws hyn yn ystod y pedair wythnos diwethaf.

### **Mae pobl yn fwyaf tebygol o ddod ar draws niwed posib wrth ddefnyddio cyfryngau cymdeithasol, a Facebook yn benodol**

Mae bron i hanner (47%) y defnyddwyr rhyngrwyd 13 oed a hŷn yn dweud eu bod wedi dod ar draws niwed posib wrth ddefnyddio cyfryngau cymdeithasol.

Mae defnyddwyr yn fwy tebygol o fod wedi dod ar draws y niwed posib mwyaf diweddar ar Facebook nag ar unrhyw lwyfan arall: Dywedodd 45% o ddefnyddwyr mai ar Facebook oedd y niwed posib roeddent wedi dod ar ei draws yn fwyaf diweddar. Mae hyn dros dair gwaith y gyfran a ddaeth ar ei draws ar yr ail lwyfan mwyaf tebygol, sef Instagram (12%).

### **Mae'r rhan fwyaf (59%) o blant 8-15 oed yn dweud bod defnyddio cyfryngau cymdeithasol, ac apiau a gwefannau negeseuon, yn eu gwneud yn hapus *drwy'r amser neu'r rhan fwyaf o'r amser***

Mae bron pob plentyn 3-15 oed yn mynd ar-lein (98%) ac mae bron i ddwy ran o dair (58%) yn defnyddio cyfryngau cymdeithasol. Mae 60% o blant 8-15 oed yn dweud bod defnyddio cyfryngau cymdeithasol a llwyfannau negeseuon yn gwneud iddynt deimlo'n agosach at eu ffrindiau. Dywedodd dros dri chwarter y plant 12-15 oed y gall bod ar-lein helpu gyda'u gwaith ysgol/gwaith cartref, a dywedodd hanner y gellir ei ddefnyddio i ddysgu sgil newydd.

Gwelsom fod 58% o blant 3-15 oed yn defnyddio cyfryngau cymdeithasol fel YouTube, TikTok a Snapchat. Dywedodd pedwar riant o bob deg i blant 8-12 oed y byddent yn caniatáu i'w plentyn ddefnyddio cyfryngau cymdeithasol cyn iddynt gyrraedd yr isafswm oed. Mae gan y llwyfannau cyfryngau cymdeithasol mwyaf poblogaidd isafswm oed gofynnol (13 fel arfer) ar gyfer agor cyfrif.

### **Mae traean o blant 8-15 oed sy'n mynd ar-lein wedi gweld cynnwys sy'n peri pryder neu ofid ar-lein yn ystod y 12 mis diwethaf**

Dywedodd dros chwech o bob deg (63%) o blant 8-15 oed sy'n mynd ar-lein y byddent bob amser yn dweud wrth rywun pe baent yn gweld rhywbeth 'annymunol neu sy'n peri pryder' ar-lein; dywedodd 88% o'r rhain y byddent yn dweud wrth riant. Dywedodd traean (34%) o blant 8-15 oed sy'n mynd ar-lein eu bod wedi gweld rhywbeth 'annymunol neu sy'n peri pryder' ar-lein yn ystod y 12 mis diwethaf. Dywedodd un o bob pump (21%) o rieni'r grŵp oedran hwn fod eu plentyn wedi dweud wrthynt am rhywbeth roedd wedi'i weld ar-lein a oedd wedi codi ofn arno neu wedi peri gofid iddo. Ymysg plant 8-15 oed sydd wedi cael eu bwlio, roedd mwy nag wyth o bob deg (83%) wedi cael eu bwlio drwy ddyfais gyfathrebu fel ffôn neu liniadur,<sup>1</sup> o'i gymharu â 60% yn cael eu bwlio wyneb yn wyneb.

### **Oedolion ifanc 18-34 oed sydd â'r risg uchaf o ddod ar draws niwed posib ar-lein**

Mae'r rheini rhwng 18 a 34 oed yn fwy tebygol na'r cyfartaledd o fod wedi profi o leiaf un niwed posib yn fwyaf diweddar (65% o'i gymharu â chyfartaledd o 62% ar gyfer pob defnyddiwr). Mae gan ddefnyddwyr 55 oed a hŷn risg gyffredinol is o ddod ar draws niwed posib (57%).

Mae oedolion iau, rhwng 18 a 24 oed, yn fwy tebygol o ddod ar draws cynnwys cas, tramgwyddus neu wahaniaethol (17% o'i gymharu â chyfartaledd o 11%). Mae defnyddwyr hŷn 55 oed a hŷn yn fwy tebygol o ddod ar draws sgamiau, twyll neu we-rwydo (31% o'i gymharu â chyfartaledd o 27%). Mae'n anodd canfod un rheswm pam mae rhai yn dod ar draws niwed posib yn fwy nag eraill, gan fod llawer o ffactorau'n gallu dylanwadu ar hyn, fel oedran, rhywedd neu ethnigrwydd unigolyn a faint maen nhw'n defnyddio'r rhyngrwyd.

### **Dywedodd bron i dri chwarter y defnyddwyr rhyngrwyd Du ac ethnigrwydd cymysg eu bod wedi dod ar draws o leiaf un niwed posib ar-lein yn ystod y pedair wythnos diwethaf**

Mae defnyddwyr rhyngrwyd Du ac ethnigrwydd cymysg yn fwy tebygol na defnyddwyr Asiaidd neu wyn o fod wedi dod ar draws niwed posib yn ystod y pedair wythnos diwethaf (74% a 71% o'i gymharu â 63% a 61% yn y drefn honno).

Effeithiwyd yn negyddol ar dros hanner y defnyddwyr o grŵp lleiafrifoedd ethnig ar ôl iddynt ddod ar draws niwed posib yn fwyaf diweddar. Yn benodol, roedd defnyddwyr o gefndiroedd Du (56%), ethnigrwydd cymysg (51%) ac Asiaidd (49%) yn fwy tebygol na defnyddwyr gwyn (36%) o ddweud bod y cynnwys neu'r ymddygiad hwnnw wedi eu poeni neu eu tramgwyddo.

Mae menywod yn llawer mwy tebygol na dynion o ddweud bod y niwed posib y daethant ar ei draws yn fwyaf diweddar wedi eu poeni neu eu tramgwyddo (41% o'i gymharu â 28%). Mae trolïo a chynnwys cas, tramgwyddus neu wahaniaethol yn arbennig o debygol o effeithio'n negyddol ar fenywod. Dywedodd 83% o'r menywod a oedd wedi profi niwed fod cynnwys a oedd yn dangos trais wedi eu poeni neu eu tramgwyddo, o'i gymharu â 30% o ddynion.

### **Dywedodd un o bob pump o ddefnyddwyr eu bod wedi adrodd am gynnwys neu ymddygiad a allai fod yn niweidiol iddynt ar-lein, neu eu bod wedi tynnu sylw at gynnwys neu ymddygiad o'r fath**



Roedd chwech o bob deg defnyddiwr a oedd wedi dod ar draws ymddygiad neu gynnwys niweidiol wedi cymryd rhyw fath o gamau. Y mathau mwyaf cyffredin o gamau a gymerwyd oedd peidio dilyn/rhoi'r gorau i fod yn ffrind/ blocio'r cyflawnwr (20%) a chlicio'r botwm adrodd neu'r fflag neu nodi mai sothach yw'r cynnwys (20%). O'r rheini a oedd wedi adrodd am gynnwys neu dynnu sylw at gynnwys, dywedodd un o bob pump fod y cynnwys wedi cael ei ddileu. Y rheswm mwyaf cyffredin dros beidio â gweithredu oedd nad oedd y defnyddiwr "wedi gweld yr angen am wneud unrhyw beth". Roedd defnyddwyr o grwpiau lleiafrifoedd ethnig yn fwy tebygol na defnyddwyr gwyn o gymryd rhyw fath o gamau gweithredu (68% o'i gymharu â 59%), a hefyd yn fwy tebygol o adrodd am gynnwys neu dynnu sylw at gynnwys (37% o'i gymharu â 31%). Roedd plant 13-17 oed yn llai tebygol o adrodd am gynnwys/ymddygiad a thynnu sylw at gynnwys/ymddygiad i roi gwybod i lwyfannau am achos a allai fod yn niweidiol roeddent wedi'i weld. Dim ond 14% oedd yn gwneud hyn o'i gymharu â chyfartaledd o 20% ar gyfer pob defnyddiwr.

---

<sup>1</sup> Mae hyn yn cynnwys dulliau o fwlio oddi ar-leinmegis negeseuon SMS a galwadau ffôn.

# 1. Y dirwedd ar-lein

## Cyflwyniad

Mae'r bennod hon yn cyflwyno trosolwg o dirwedd ar-lein y DU yn 2021. Mae'n edrych ar ymddygiad defnyddwyr a sut maent yn defnyddio gwasanaethau ar-lein, yn ogystal â data a datblygiadau yn y farchnad yn y diwydiant, i ddarparu sylwebaeth ar farchnadoedd ar-lein penodol: peiriannau chwilio, cyfryngau cymdeithasol, newyddion, manwerthu, cyllid (gan gynnwys arian cyfred digidol) a rhagolwg ar y metafyd. Rydym yn edrych ar y prif chwaraewyr ym mhob sector, fel Meta, Amazon, Microsoft, Alphabet ac Apple, yn ogystal â chwmnïau herio sy'n gwneud eu marc.

Eleni, mae ein hadroddiad yn cynnwys data mesur ar gyfer oedolion 15 oed a hŷn ar-lein yn y DU, a ddarperir gan Ipsos iris, y dull mesur cynulleidfaoedd ar-lein sydd wedi'i achredu gan UKOM. Gan mai dim ond yn 2021 y cafodd Ipsos iris ei lansio, nid yw data tueddiadau o un flwyddyn i'r llall ar gael. Felly, rydym yn rhoi ciplun o ddefnydd ar-lein yn bennaf ym mis Medi 2021. Mae'r adroddiad hefyd yn cynnwys data Traciwr Ymwybyddiaeth Oedolion o'r Cyfryngau Ofcom, ar gyfer oedolion 16 oed a hŷn.

Mae'r pandemig byd-eang ers mis Mawrth 2020 wedi arwain at newidiadau sylweddol mewn ymddygiad ar-lein; yn benodol, mae'n ymddangos bod ein harferion siopa ar-lein a ddatblygodd yn ystod cyfnodau clo yma i aros. Tyfodd cwmnïau ar-lein, at ei gilydd, yn 2021. Roedd referniw ac elw'r llwyfannau ar-lein mwyaf wedi cynyddu'n sylweddol yn ystod y cyfnodau clo, a pharhaodd y twf hwn yn 2021. Mae'r twf yn cael ei sbarduno gan wariant cynyddol defnyddwyr y DU ar e-fasnach a gwasanaethau tanysgrifio i adloniant, ac mae referniw hysbysebu hefyd yn cynyddu wrth i frandiau barhau i fudo i wasanaethau ar-lein.

## Metrigau allweddol

**Ffigur 1.1: Canran yr oedolion yn y DU a ddefnyddiodd y rhyngwrwyd yn 2021**

Canran y cartrefi	Mynediad i'r rhyngwrwyd
2021	94%

Ffynhonnell: Traciwr Ymwybyddiaeth Oedolion o'r Cyfryngau 2021 Ofcom: Arolwg craidd ac arolwg omnibws CATI. C1 - A oes gennych chi neu unrhyw un yn eich cartref fynediad i'r rhyngwrwyd gartref (drwy unrhyw ddyfais, e.e. Cyfrifiadur Personol, ffôn symudol, ac ati)? Ac a ydych chi'n bersonol yn defnyddio'r rhyngwrwyd gartref? Sail: Pob oedolyn 18+ (3143).





**Ffigur 1.2: Canran yr oedolion ar-lein yn y DU sy'n defnyddio'r rhyngwrwyd, yn ôl dyfais: 2021**

Canran yr oedolion sy'n defnyddio'r rhyngwrwyd	Ffôn clyfar	Tabled	Gliniadur	Ffôn clyfar yn unig
2021	88%	43%	53%	21%

Ffynhonnell: Traciwr Ymwybyddiaeth Oedolion o'r Cyfryngau 2021 Ofcom: Arolwg craidd ac arolwg omnibws CATI. IN1. Pa rai o'r dyfeisiau hyn ydych chi'n eu defnyddio i fynd ar-lein? (SAWL COD) Sail: Pob oedolyn 16 oed a hŷn sy'n mynd ar-lein (gartref neu'n rhywle arall) (ac eithrio'r rheini na roddodd ateb yn yr arolwg post) (3,577)

**Ffigur 1.3: Yr amser sy'n cael ei dreulio ar-lein ar gyfartaledd ar gyfrifiaduron, llechi a ffonau clyfar, fesul oedolyn yn y DU bob dydd (oriau: munudau): Medi 2021**

Oedran yn y DU	15+	15-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55+
Amser a dreuliwyd ar-lein bob dydd ar gyfartaledd (oriau:munudau) ym mis Medi 2021	3:59	5:04	5:06	4:36	4:32	3:51	2:58

Gwlad y DU	Lloegr	Yr Alban	Cymru	Gogledd Iwerddon
nifer yr oriau ar-lein bob dydd ar gyfartaledd (oriau:munudau) ym mis Medi 2021	 3:59	 4:18	 3:43	 3:25

Ffynhonnell: © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaedd Ar-lein Ipsos iris, 1 Medi 2021 – 30 Medi 2021, oedolion, 15 oed a hŷn, y DU. Nodyn: Data wedi'i deilwra, wedi'i ddarparu gan Ipsos.

## Derbyn a defnyddio'r rhyngwrwd

Treuliodd oedolion y DU sy'n defnyddio'r rhyngwrwd bron i bedair awr ar-lein bob dydd ym mis Medi 2021, gyda thair o'r oriau hynny'n cael eu treulio ar ffonau clyfar<sup>2</sup>

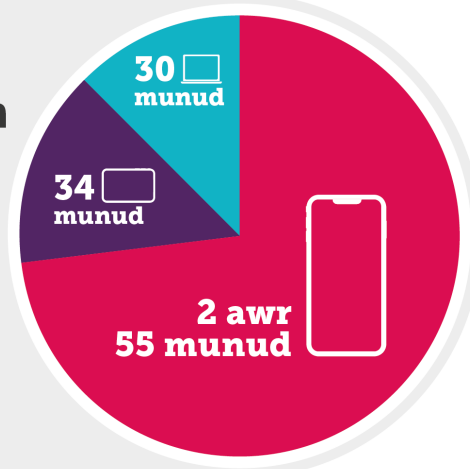
Dengys data o Ipsos iris fod 49.9 miliwn o unigolion 15 oed a hŷn yn y DU wedi defnyddio'r rhyngwrwd ar ffonau clyfar, dyfeisiau llechen a chyfrifiaduron ym mis Medi 2021 (ein mis sampl), gan dreulio 3 awr 59 munud ar-lein ar gyfartaledd bob dydd. Oedolion ifanc sy'n dal i dreulio'r rhan fwyaf o amser ar-lein, gyda phobl ifanc 18-24 oed yn treulio 5 awr 6 munud ar-lein bob dydd ar gyfartaledd, a'r grŵp 55 oed a hŷn yn treulio'r amser lleiaf (2 awr 58 munud). Treuliodd menywod fwy o amser ar-lein (4 awr 11 munud) na dynion (3 awr a 46 munud). Oedolion ar-lein yn yr Alban fu'n treulio'r rhan fwyaf o amser o'i gymharu â gwledydd eraill y DU (4 awr 18 munud), a'r rheini yng Ngogledd Iwerddon fu'n treulio'r lleiaf (3 awr 25 munud) (gweler ffigur 1.3 uchod).<sup>3</sup>

<sup>2</sup> © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaedd Ar-lein Ipsos iris, 1 Medi – 30 Medi 2021, oedolion: 15 oed a hŷn, y DU. Nodyn: Data wedi'i deilwra, wedi'i ddarparu gan Ipsos.

<sup>3</sup> © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaedd Ar-lein Ipsos iris, 1 Medi – 30 Medi 2021, oedolion: 15 oed a hŷn, y DU. Nodyn: Data wedi'i deilwra, wedi'i ddarparu gan Ipsos.

**Ffigur 1.4: Yr amser sy'n cael ei dreulio ar-lein ar gyfartaledd ar gyfrifiaduron, dyfeisiau tabled a ffonau clyfar, fesul oedolyn ar-lein yn y DU bob dydd: Medi 2021**

Treuliodd oedolion sy'n defnyddio'r we yn y DU bron **4 awr ar-lein** bob dydd ym mis Medi 2021, gyda 3 o'r oriau hynny'n cael eu treulio ar ffonau clyfar



*Ffynhonnell: © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaoedd Ar-lein Ipsos iris, 1 Medi 2021 – 30 Medi 2021, oedolion, 15 oed a hŷn, y DU. Nodyn: Data wedi'i deilwra, wedi'i ddarparu gan Ipsos. Mae'r ffeithlun yn dangos defnydd o'r dyfeisiau canlynol: ffôn clyfar, tabled a chyfrifiadur bwrdd gwaith.*

#### **Mae gan 94% o oedolion fynediad at y rhyngwrwd gartref**

Nid oes gan chwech y cant o oedolion y DU fynediad i'r rhyngwrwd gartref. Mae hyn yn cynyddu gydag oedran, ac nid oes gan un o bob pump o'r rheini sy'n 65 oed neu'n hŷn fynediad i'r rhyngwrwd gartref, o'i gymharu â dim ond un y cant o'r rheini sy'n 18-34 oed. Pobl 65 oed a hŷn sydd hefyd yn fwyaf tebygol o ddweud bod ganddynt fynediad i'r rhyngwrwd ond nad ydynt yn ei ddefnyddio (7%), sy'n dangos eu bod naill ai'n teimlo nad oes arnynt angen ei ddefnyddio neu nad oes ganddynt y sgiliau angenrheidiol.<sup>4</sup> Pobl mewn aelwydydd DE sydd fwyaf tebygol o fod heb fynediad i'r rhyngwrwd gartref (14%) o'i gymharu â 2% o bobl mewn aelwydydd AB.<sup>5</sup> Nid yw cyfran y rheini sydd â mynediad i'r rhyngwrwd gartref wedi newid ers dechrau 2021 ymysg oedolion y DU (94%).<sup>6</sup>

Canfu ymchwil gan Ofcom yn 2021 ymhlith pobl nad ydynt yn defnyddio'r rhyngwrwd gartref, mai'r prif resymau a roddwyd dros beidio â mynd ar-lein oedd diffyg angen neu ddi-ddordeb canfyddedig (47%); ei fod "yn rhy gymhleth" (31%) neu gost (19%).<sup>7</sup> Mae Ofcom yn amcangyfrif bod tua 2 filiwn o aelwydydd yn wynebu problemau fforddadwyedd naill ai gyda'u band eang sefydlog a/neu ffôn clyfar ym mis Hydref 2021. Mae hyn yn awgrymu bod gan nifer o gartrefi yn y DU fynediad i'r

<sup>4</sup> Traciwr Ymwybyddiaeth Oedolion o'r Cyfryngau 2021, Ofcom: Arolwg omnibws CATI.

<sup>5</sup> Mae aelwydydd 'DE' ac 'AB' yn cyfeirio at grwpiau economaidd-gymdeithasol fel mesur o alwedigaeth a chyfoeth. Mae 'AB' yn dynodi'r rheini yn y grwpiau economaidd-gymdeithasol uchaf, gyda galwedigaethau mwy medrus. Mae 'DE' yn cyfeirio at y grwpiau economaidd-gymdeithasol isaf, gan gynnwys gweithwyr llai medrus ac unigolion di-waith. Ffynhonnell: UK Geographics, [UK Geographics - Graddau Cymdeithasol](#), cyrchwyd 29 Mawrth 2022.

<sup>6</sup> Traciwr Technoleg Ofcom - Arolwg omnibws CATI - 12 Chwefror i 5 Mawrth 2021, KDR06 - A oes gennych chi neu unrhyw un arall yn eich cartref fynediad i'r rhyngwrwd gartref (drwy unrhyw ddyfais, e.e., Cyfrifiadur Personol, ffônau symudol, ac ati)? Ac a ydych chi'n bersonol yn defnyddio'r rhyngwrwd gartref? Sail: 3,126.

<sup>7</sup> Traciwr Ymwybyddiaeth Oedolion o'r Cyfryngau 2021 Ofcom: Arolwg omnibws CATI. C5 - Beth yw eich rhesymau dros gael mynediad i'r rhyngwrwd gartref? Ionawr 2021. Sail: Pob oedolyn yn y DU (18 oed a hŷn) heb fynediad i'r rhyngwrwd gartref (200).

rhyngwrwyd ar hyn o bryd, ond eu bod mewn perygl o orfod newid neu hyd yn oed ganslo eu gwasanaeth, neu leihau gwariant y cartref mewn mannau eraill. Mae'r amcangyfrif diweddaraf ynghylch nifer yr aelwydydd nad oes ganddynt fynediad i'r rhyngwrwyd, o leiaf yn rhannol oherwydd cost, yn 100,000. Mae hyn yn dangos y rôl y mae fforddadwyedd yn ei chwarae o ran cadw pobl oddi ar-lein.<sup>8</sup> Roedd hanner (49%) y bobl nad ydynt yn mynd ar-lein gartref wedi gofyn i rywun wneud rhywbeth ar eu rhan ar y rhyngwrwyd yn ystod y flwyddyn ddiwethaf.<sup>9</sup> Ym mis Rhagfyr 2021, y gweithgaredd a nodwyd amlaf yr oedd oedolion heb fynediad i'r rhyngwrwyd gartref wedi gofyn i rywun ei wneud ar eu rhan oedd siopa ar-lein (64%), yna, cyrchu gwasanaethau cyhoeddus a ddarperir gan y Llywodraeth neu gyngor (18%), a chyrchu gwasanaethau iechyd ar-lein (16%). Mae'n bosib yr oedd cyfnod gwyliau mis Rhagfyr a mesurau Covid 'Cynllun B' y Llywodraeth a oedd mewn grym ar y pryd yn ffactorau pwysig yma.<sup>10</sup>

**Ffigur 1.5: Cyfran yr oedolion sydd â mynediad i'r rhyngwrwyd gartref, yn ôl oed, rhywedd ac Is-grŵp Gwariant**

	18+	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
Dim mynediad i'r rhyngwrwyd gartref	6%	1%	<1%	3%	2%	3%	20%
Mynediad gartref ac yn mynd ar-lein	92%	99%	99%	97%	97%	96%	73%
Mynediad gartref ond ddim yn ei ddefnyddio	2%	<1%	1%	<1%	1%	1%	7%

	AB	C1	C2	DE	Lloegr	Yr Alban	Cymru	GI
Dim mynediad i'r rhyngwrwyd gartref	2%	3%	5%	14%	6%	7%	9%	1%
Mynediad gartref ac yn mynd ar-lein	97%	96%	91%	82%	92%	91%	90%	95%
Mynediad gartref ond ddim yn ei ddefnyddio	1%	1%	4%	3%	2%	1%	1%	3%

*Ffynhonnell: Traciwr Ymwybyddiaeth Oedolion o'r Cyfryngau 2021 Ofcom: C1 arolwg omnibws CATI - A oes gennych chi neu unrhyw un yn eich cartref fynediad i'r rhyngwrwyd gartref (drwy unrhyw ddyfais, e.e. Cyfrifiadur Personol, ffôn symudol, ac ati)? Ac a ydych chi'n bersonol yn defnyddio'r rhyngwrwyd gartref? (un cod) Sail: Pob oedolyn 18 oed a hŷn – 3,143*

<sup>8</sup> Adroddiad Ofcom ar Fforddiadwyedd Gwasanaethau Cyfathrebu, 15 Chwefror 2022.

<sup>9</sup> Traciwr Ymwybyddiaeth Oedolion o'r Cyfryngau 2021 Ofcom: Arolwg omnibws CATI. Ch3 - Yn ystod y flwyddyn ddiwethaf, ydych chi wedi gofyn i rywun arall wneud rhywbeth ar y rhyngwrwyd ar eich rhan? Sail: Pob oedolyn yn y DU (18 oed a hŷn) nad ydynt yn defnyddio'r rhyngwrwyd gartref neu yn rhywle arall (216).

<sup>10</sup> Traciwr Ymwybyddiaeth Oedolion o'r Cyfryngau 2021 Ofcom: Arolwg omnibws CATI.

## Derbyn a defnyddio dyfeisiau

**Dim ond ffôn clyfar mae un o bob pump o bobl yn ei ddefnyddio i fynd ar-lein yn 2021, o'i gymharu ag un o bob deg yn 2020**

Mae'r defnydd o ffonau clyfar ar ei uchaf ymysg oedolion ifanc yn y DU. Mae 90% o bobl 16-24 oed yn defnyddio ffôn clyfar i fynd ar-lein o'i gymharu â 68% o bobl 65 oed a hŷn. Mae oedolion ifanc hefyd yn fwy tebygol o ddefnyddio *dim ond* ffôn clyfar i fynd ar-lein, gyda thraean o'r grŵp oedran 25-34 yn dweud mai dyma'r unig ffordd maent yn mynd ar-lein, o'i gymharu â 9% o'r grŵp oedran 65 oed a hŷn. Dyma'r grŵp sydd fwyaf tebygol o ddefnyddio dyfeisiau llechen (52%) hefyd, o'i gymharu â 30% o bobl 16-24 oed. Mae mwy o bobl yn defnyddio ffôn clyfar yn unig i fynd ar-lein. Yn 2021, roedd pobl yn fwy tebygol nag yr oeddent yn 2020 o ddefnyddio *dim ond* ffôn clyfar i fynd ar-lein (21% o'i gymharu ag 11% yn 2020).<sup>11</sup> Gall fod llawer o resymau am hyn, ond efallai oherwydd i bobl dreulio mwy o amser gartref ar ddiwedd 2020 a dechrau 2021 nag ar ddiwedd 2021, ac felly'n defnyddio ystod ehangach o ddyfeisiau. Gall hefyd adlewyrchu y sgrin fwy ei maint a swyddogaethau apiau sydd wedi'u gosod yn well ar lawer o ffonau clyfar, sy'n eu gwneud yn haws, ac o bosib yn fwy cost-effeithiol i'w defnyddio fel yr unig ddyfais ar gyfer cael mynediad i'r rhyngwyd.

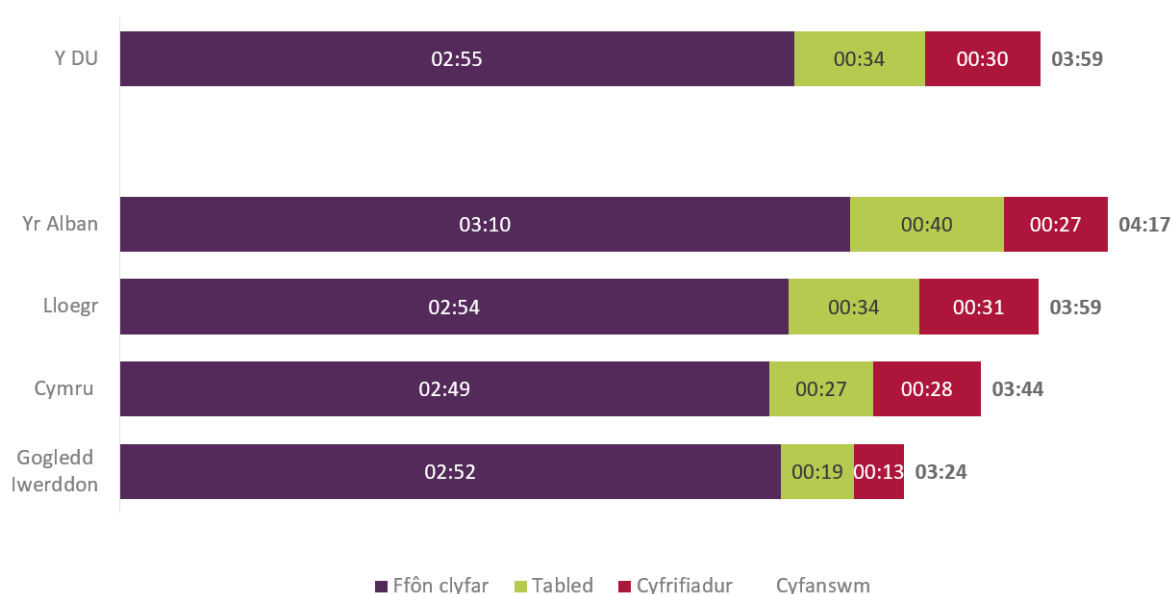
Ym mis Medi 2021, roedd 73% o'r amser roedd oedolion yn y DU wedi'i dreulio ar-lein bob dydd ar ffôn clyfar. Mae oedolion ar-lein yn y DU hefyd yn treulio ychydig yn fwy o amser yn defnyddio dyfeisiau llechen na chyfrifiadur. Mae hyn yn dangos bod yn amlwg yn well ganddynt ddefnyddio dyfeisiau symudol i fynd ar-lein. Pobl rhwng 25 a 34 oed sy'n treulio'r gyfran uchaf (85%) o'u hamser ar-lein, gan ddefnyddio ffôn clyfar, yna pobl 35-44 oed (80%); 15-24 oed (78%); 45-54 oed (74%) a phobl 55 oed a hŷn (55%).<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Traciwr Ymwybyddiaeth Oedolion o'r Cyfryngau 2021, Ofcom: Arolwg craidd IN1. Pa rai o'r dyfeisiau hyn ydych chi'n eu defnyddio i fynd ar-lein? (un cod) Sail: Pob oedolyn 16 oed a hŷn sy'n mynd ar-lein gartref neu'n rhywle arall (ac eithrio'r rheini na roddodd ateb yn yr arolwg post) – 3,577.

<sup>12</sup> © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaoedd Ar-lein Ipsos iris, 1 Medi – 30 Medi 2021, oedolion: 15 oed a hŷn, y DU. Nodyn: Data wedi'i deilwra, wedi'i ddarparu gan Ipsos.

**Ffigur 1.6: Amser yr oedd oedolion yn ei dreulio ar-lein bob dydd ar gyfartaledd ym mis Medi 2021, yn ôl dyfais a gwlad yn y DU (oriau:munudau)**



*Ffynhonnell: © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaoedd Ar-lein Ipsos iris, 1 Medi 2021 – 30 Medi 2021, oedolion: 15 oed a hŷn, y DU. Nodyn: Data wedi'i deilwra, wedi'i ddarparu gan Ipsos.*

### Ffonau clyfar a llechi yw'r dyfeisiau mae plant yn eu dewis

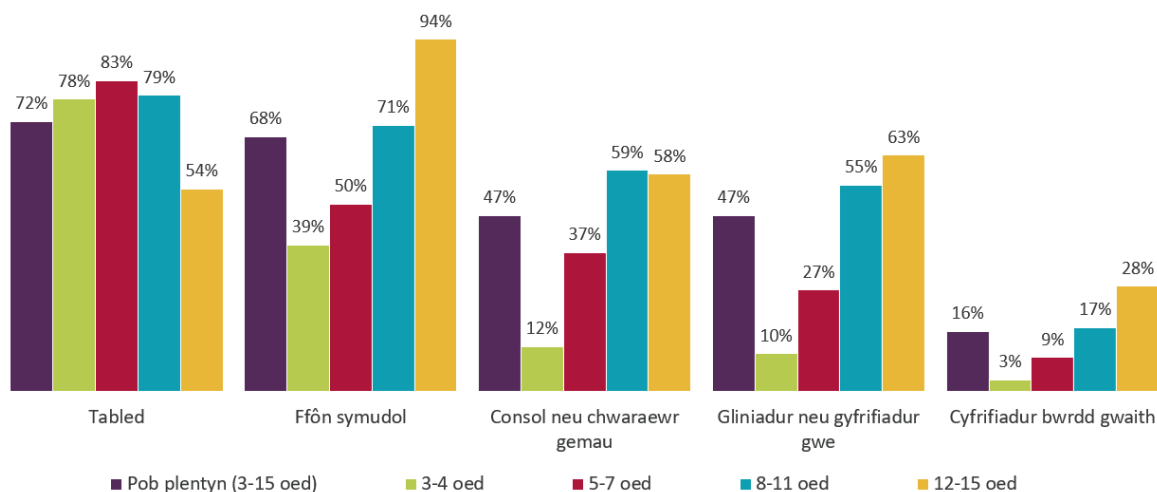
Mae ymchwil Traciwr Ymwybyddiaeth Plant a Rhieni o'r Cyfryngau Ofcom yn dangos mai ffonau clyfar (68%) a llechi (72%) yw'r prif ffyrdd i blant rhwng 3 a 15 oed fynd ar-lein, ac mae hyn yn amrywio'n sylweddol yn ôl oedran. Mae plant yn fwyfwy tebygol o ddefnyddio ffôn clyfar i fynd ar y rhyngwrwyd wrth iddynt fynd yn hŷn; o 39% o blant 3-4 oed i 71% o blant 8-11 oed a 94% o blant 12-15 oed.<sup>13</sup> Mae ein hymchwil yn dangos bod y rhan fwyaf o blant (61%) yn berchen ar eu ffôn clyfar eu hunain erbyn eu bod yn ddeg oed. Mae'r defnydd o lechi i fynd ar-lein yn stori wahanol. Mae 83% o blant 5-7 oed yn eu defnyddio i fynd ar-lein, o'i gymharu â 54% o blant 12-15 oed. Mae llechi'n debygol o fod yn ddyfeisiau y mae plant yn eu defnyddio y tro cyntaf y byddant yn defnyddio'r rhyngwrwyd; mae'r sgrin fawr yn ychwanegu at eu hapêl i blant a rhieni, ac mae llawer o ddyfeisiau llechen wedi'u dylunio'n benodol ar gyfer plant ifanc.

Plant hŷn (12-15 oed) sydd fwyaf tebygol o ddefnyddio naill ai gliniadur, gliniadur gwe neu gyfrifiadur pen desg (77%), gan y byddant yn defnyddio'r dyfeisiau hyn i wneud gwaith ysgol. Mae 63% o'r grwpiau hyn yn defnyddio gliniadur neu liniadur gwe a 28% yn defnyddio cyfrifiadur pen desg. Mae mynediad at gyfrifiadur a'r rhyngwrwyd gartref yn bwysig i blant ysgol, ac mae wedi mynd yn fwyfwy pwysig yn ystod y pandemig, gan fod dysgu o bell yn dal i gael ei ddefnyddio pan nad yw'r plentyn yn gallu mynd i'r ysgol am unrhyw reswm. Yn 2021 dywedodd 11% o rieni gyda phlant oed ysgol gynradd a 3% gyda phlant oed ysgol uwchradd gartref mai 'yn anaml' neu 'byth' oedd gan y

<sup>13</sup> Ymwybyddiaeth Plant a Rhieni o'r Cyfryngau 2021 Ofcom: Arolwg Rhieni yn Unig.

plant yn eu cartref fynediad digonol at ddyfais briodol ar gyfer eu hanghenion ysgol.<sup>14</sup> Mae hyn yn cyd-fynd â ffigurau sy'n dangos bod plant hŷn yn fwy tebygol o fod â'u dyfais eu hunain sy'n addas i'w defnyddio ar gyfer gwaith ysgol, fel gliniadur neu gyfrifiadur bwrdd gwaith.<sup>15</sup>

**Ffigur 1.7: Dyfeisiadau y mae plant yn eu defnyddio i fynd ar-lein, yn ôl grŵp oedran**



*Ffynhonnell: Ymwybyddiaeth Plant a Rhieni o'r Cyfryngau 2021 Ofcom: Arolwg Rhieni yn Unig. QP1. Meddylwch am unrhyw reswm sydd gan eich plentyn dros fynd ar-lein – efallai i edrych ar wefan neu i ddefnyddio ap, i wyllo rhaglen deledu neu glipiau fideo ar wefannau neu apiau fel YouTube, i chwarae gemau ar-lein, ar gyfer cyfryngau cymdeithasol, neu i wneud gwaith ysgol neu waith cartref. A yw eich plentyn yn defnyddio unrhyw un o'r rhain i fynd ar-lein gartref neu yn rhywle arall? (SAWL COD) mynd ar-lein gan ddefnyddio unrhyw fath o ddyfais. Sail: Holl rieni plant 3-15 oed (2,006)*

## Defnyddio gwasanaethau rhyngwryd

### Y cwmnïau ar-lein blaenllaw

**Apiau a gwefannau sy'n eiddo i Alphabet a Meta yw'r rhai a ddefnyddir amlaf yn y DU, ac maent yn cael eu defnyddio gan bron bob oedolyn ar-lein**

Alphabet, sy'n berchen ar Google a YouTube, yw'r sefydliad y mae oedolion y DU yn defnyddio ei wefannau a'i apiau fwyaf<sup>16</sup>, ac yna Meta (perchennog Facebook, WhatsApp ac Instagram) ac Amazon. Mae apiau a gwefannau sy'n eiddo i Alphabet a Meta wedi cael eu defnyddio yn gyffredinol bron ymysg oedolion ar-lein yn y DU. Mae o leiaf 90% o oedolion ar-lein ym mhob un o bedair gwlad y DU yn defnyddio'r apiau a'r gwefannau sy'n eiddo i Amazon hefyd. Wrth ystyried eu holl is-wasanaethau gyda'i gilydd, y BBC a Reach PLC yw'r sefydliadau sydd ar y brig ar y cyd yn y DU o ran cyrhaeddiad (y ddau yn 77%). Yng Nghymru a'r Alban, y grŵp papur newydd Reach PLC – sy'n cyhoeddi'r Mirror, Daily Express a Daily Star, yn ogystal â theitlau lleol – yw'r sefydliad yn y DU sydd

<sup>14</sup> Ymwybyddiaeth o'r Cyfryngau Ofcom - Arolwg omnibws CATI. C9/C10 - I ba raddau y mae gan y plant yn eich cartref yn yr ysgol gynradd/uwchradd fynediad at ddyfeisiau priodol gartref, sy'n cysylltu â'r rhyngwryd, ar gyfer eu hanghenion addysg – fel dysgu gartref ar-lein a/neu waith cartref ar-lein? Sail 412.

<sup>15</sup> Ymwybyddiaeth Plant a Rhieni o'r Cyfryngau 2021 Ofcom: Arolwg Rhieni yn Unig QP1.

<sup>16</sup> 'Sefydliadau' yw rhiant-gwmnïau'r grwpiau o wefannau ac apiau; er enghraifft, mae sefydliadau Alphabet yn cynnwys Google Search, Gmail a YouTube; Mae Meta'n cynnwys Facebook a Messenger, Instagram a WhatsApp.



â'r cyrhaeddiad uchaf, tra mai gwefannau sy'n cael eu rhedeg gan Lywodraeth y DU sydd â'r cyrhaeddiad uchaf yng Ngogledd Iwerddon. Mae oedolion ar-lein yng Nghymru a Gogledd Iwerddon yn fwy tebygol na'r rheini yn yr Alban neu Loegr o ddefnyddio gwefannau ac apiau Llywodraeth y DU (77% o'i gymharu â 66% a 71%). Gall cyrhaeddiad uchel gwefannau'r Llywodraeth yn y DU ymhlith oedolion fod yn rhannol oherwydd y pandemig, gyda phobl yn cael gafael ar wybodaeth am gyfyngiadau Covid-19, cymorth ariannol neu ofynion teithio. Mae Twitter yn ymddangos yn y deg sefydliad mwyaf poblogaidd ar gyfer yr Alban (65%) a Gogledd Iwerddon (59%) ond nid ar gyfer Lloegr (62%) na Chymru (58%). Roedd dwy ran o dair o bobl yn yr Alban wedi defnyddio Wikipedia ym mis Medi 2021; dyma'r unig wlad lle mae rhiant-gwmni Wikipedia yn ymddangos yn y deg uchaf.<sup>17</sup>

Mae gwefannau'r GIG yn ymddangos yn y nawfed safle, gan gyrraedd 67% o oedolion ar-lein yn y DU ym mis Medi 2021. Roedd cyrhaeddiad gwefannau ac apiau'r GIG wedi cynyddu i 80% o oedolion ar-lein yn y DU ym mis Rhagfyr 2021. Roedd y cynnydd yn debygol o fod o ganlyniad i gyflwyno'r rhaglen brechiad atgyfnerthu mewn ymateb i'r amrywiolyn Omicron. Gostyngodd y cyrhaeddiad eto i 67% erbyn mis Chwefror 2022.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaoedd Ar-lein Ipsos iris, 1 Medi – 30 Medi 2021, oedolion: 15 oed a hŷn, y DU.

<sup>18</sup> © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaoedd Ar-lein Ipsos iris, Gwefannau'r GIG (ORG), Misol: 1 Medi 2021 – 28 Chwefror 2022, oedolion: 15 oed a hŷn, y DU.

**Ffigur 1.8: Y deg prif sefydliad yr ymwelodd oedolion ar-lein yn y DU â nhw ar ddyfeisiau symudol/bwrdd gwaith, yn ôl gwlad**

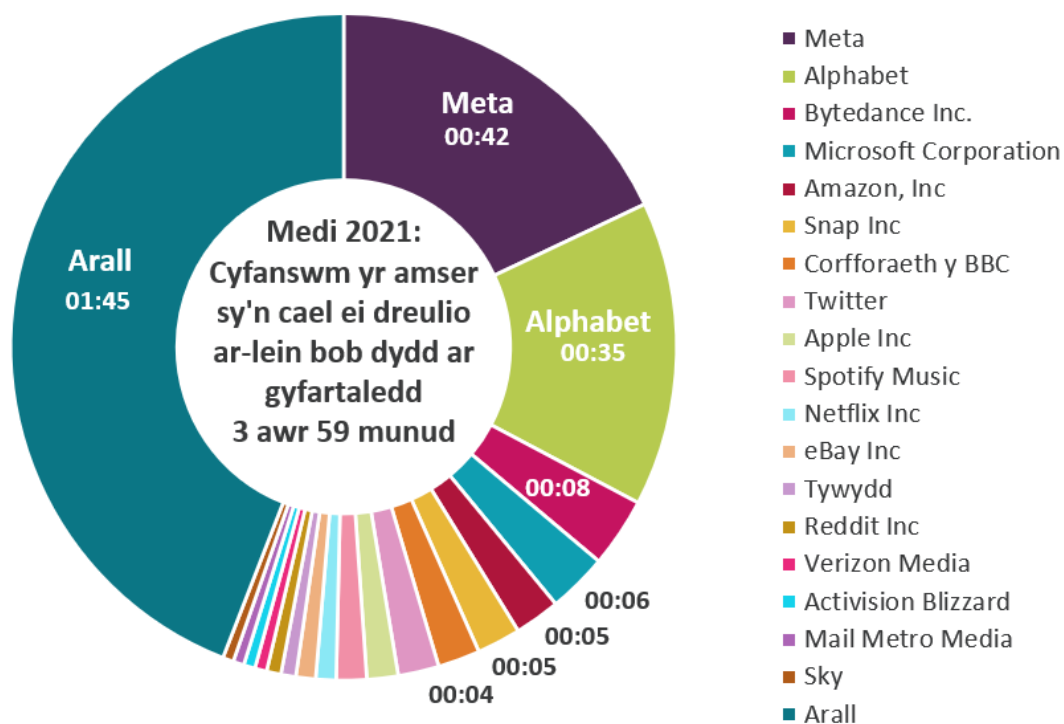
Safle	Y DU		Lloegr		Yr Alban		Cymru		Gogledd Iwerddon	
	Sefydliad	Cyrhaeddiad	Sefydliad	Cyrhaeddiad	Sefydliad	Cyrhaeddiad	Sefydliad	Cyrhaeddiad	Sefydliad	Cyrhaeddiad
1	Alphabet	100%	Alphabet	100%	Alphabet	99%	Alphabet	100%	Alphabet	100%
2	Meta	98%	Meta	97%	Meta	98%	Meta	99%	Meta	96%
3	Amazon, Inc	91%	Amazon, Inc	91%	Amazon, Inc	92%	Amazon, Inc	96%	Amazon, Inc	92%
4	Microsoft Corporation	82%	Microsoft Corporation	82%	Microsoft Corporation	82%	Microsoft Corporation	80%	Microsoft Corporation	86%
5	BBC	77%	BBC	78%	Reach Plc	77%	Reach Plc	79%	Llywodraeth y DU	77%
6	Reach Plc	77%	Reach Plc	77%	BBC	75%	Llywodraeth y DU	77%	BBC	77%
7	Llywodraeth y DU	71%	Llywodraeth y DU	71%	Wikimedia Foundation Inc	66%	BBC	77%	Reach Plc	74%
8	eBay Inc	69%	Gwefannau'r GIG	70%	eBay Inc	66%	eBay Inc	69%	eBay Inc	64%
9	Gwefannau'r GIG	67%	eBay Inc	69%	Llywodraeth y DU	65%	Mail Metro Media	63%	PayPal Inc	59%
10	PayPal Inc	64%	PayPal Inc	65%	Twitter	65%	Gwefannau'r GIG	62%	Twitter	59%

*Ffynhonnell: © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaedd Ar-lein Ipsos iris, 1 Medi 2021 – 30 Medi 2021, oedolion: 15 oed a hŷn, y DU.*

**Mae oedolion sy'n defnyddio'r rhyngwrwd yn y DU yn treulio 42 munud y dydd ar gyfartaledd ar wefannau ac apiau sy'n eiddo i Meta a 35 munud ar apiau a gwefannau sy'n eiddo i Alphabet**

Yn ôl yr amser a dreulir, Alphabet a Meta yw'r ddau brif sefydliad y mae pobl yn eu cyrchu ar ffonau clyfar, llechi a chyfrifiaduron. Treuliodd oedolion yn y DU 18% o'r amser a fesurwyd ar-lein ym mis Medi 2021 ar apiau a gwefannau sy'n eiddo i Meta, a 14% ar apiau a gwefannau sy'n eiddo i Alphabet. O'r 42 munud a dreulwyd ar wasanaethau Meta, treulwyd 28 munud ar Facebook a Messenger, 7 munud ar WhatsApp ac ychydig o dan 7 munud ar Instagram. Mae'r amser a dreulwyd ar Netflix wedi'i danddatgan yn sylweddol, gan mai dim ond yr amser sy'n cael ei dreulio ar gyfrifiaduron a dyfeisiau symudol mae'r data'n ei gynnwys. Nid yw'n cynnwys yr amser sy'n cael ei dreulio'n gwylio Netflix ar setiau teledu cysylltiedig nac ar ddangosyddion clyfar. Mae'r un peth yn wir am YouTube, a gofnodir o dan amser Alphabet. Nid yw'r ffigur ar gyfer yr amser a dreulir ar Spotify yn cynnwys yr amser a dreulir yn gwrando ar ddyfeisiau clyfar na phan nad yw'r ap yn weithredol ond bod y sain ymlaen.<sup>19</sup>

**Ffigur 1.9: Yr amser y mae poblogaeth ddigidol oedolion y DU yn ei dreulio ar-lein bob dydd ar gyfartaledd, wedi'i rannu yn ôl sefydliad (oriau:munudau)**



Ffynhonnell: © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaoedd Ar-lein Ipsos iris, Sefydliadau, 1 Medi 2021 – 30 Medi 2021, oedolion, 15 oed a hŷn, y DU.

<sup>19</sup> © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaoedd Ar-lein Ipsos iris, 1 Medi 2021 – 30 Medi 2021, oedolion: 15 oed a hŷn, y DU.

## Apiau

### Defnyddio apiau ar ffôn clyfar

**WhatsApp, Facebook a Google Maps oedd y tri ap ffonau clyfar mwyaf poblogaidd yn ôl cyrhaeddiad oedolion ar-lein yn y DU ym mis Medi 2021<sup>20</sup>**

Roedd 88% o oedolion ar-lein y DU wedi defnyddio ap WhatsApp ym mis Medi 2021. Mae cyrhaeddiad uchel WhatsApp ar draws grwpiau oedran oedolion ar-lein y DU yn awgrymu ei fod wedi dirllenwi'r farchnad ac erbyn hyn dyma yw'r prif ap a ddefnyddir ar gyfer cyfathrebu. Yn yr un modd, roedd ap Facebook wedi cyrraedd 87% o oedolion ar-lein yn y DU, ac roedd ap Google Maps wedi cyrraedd 70%. Amazon yw'r ap siopa ar-lein mwyaf poblogaidd ar gyfer y tri grŵp oedran oedolion (Ffigur 1.10) ac roedd yn fwyaf poblogaidd ymysg pobl 35-54 oed (69%). Mae cynulleidfa TikTok ddwysaf ymysg oedolion iau ac roedd yn yr wythfed safle ymysg pobl ifanc 15-24 oed, o'i gymharu â safle 33 ar gyfer pobl 35-44 oed a 79 ar gyfer pobl 65 oed a hŷn. Mae Instagram hefyd yn llawer mwy poblogaidd ymysg defnyddwyr iau. Mae'n cael ei ddefnyddio gan 81% o bobl rhwng 15 a 34 oed o'i gymharu â dim ond 44% o'r grŵp 55 oed a hŷn.<sup>21</sup>

**Ffigur 1.10: Y deg prif ap ffonau clyfar yn ôl cyrhaeddiad oedolion yn y DU, yn ôl oedran: Medi 2021**

Oedran	15-34		35-54		55+	
	Ap	Cyrhaeddiad ar-lein	Ap	Cyrhaeddiad ar-lein	Ap	Cyrhaeddiad ar-lein
1	WhatsApp	90%	WhatsApp	90%	WhatsApp	86%
2	Facebook	88%	Facebook	89%	Facebook	83%
3	YouTube	82%	Google Maps	73%	Google Maps	62%
4	Google Maps	72%	Facebook Messenger	73%	Facebook Messenger	59%
5	Instagram	81%	YouTube	70%	YouTube	49%
6	Facebook Messenger	68%	Amazon	69%	Gmail	45%
7	Amazon	62%	Instagram	68%	Amazon	45%

<sup>20</sup> © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaoedd Ar-lein Ipsos iris, y prif apiau ffonau clyfar yn ôl cyrhaeddiad, 1 Medi 2021 – 30 Medi 2021, oedolion: 15 oed a hŷn, y DU.

<sup>21</sup> © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaoedd Ar-lein Ipsos iris, apiau ffonau clyfar yn unig, 1 Medi 2021 – 30 Medi 2021, oedolion: 15 oed a hŷn, y DU. Darllenwch yr [adroddiad rhyngweithiol](#) i gael gwybod beth yw'r prif apiau ffonau clyfar ar gyfer oedolion 15 oed a hŷn.

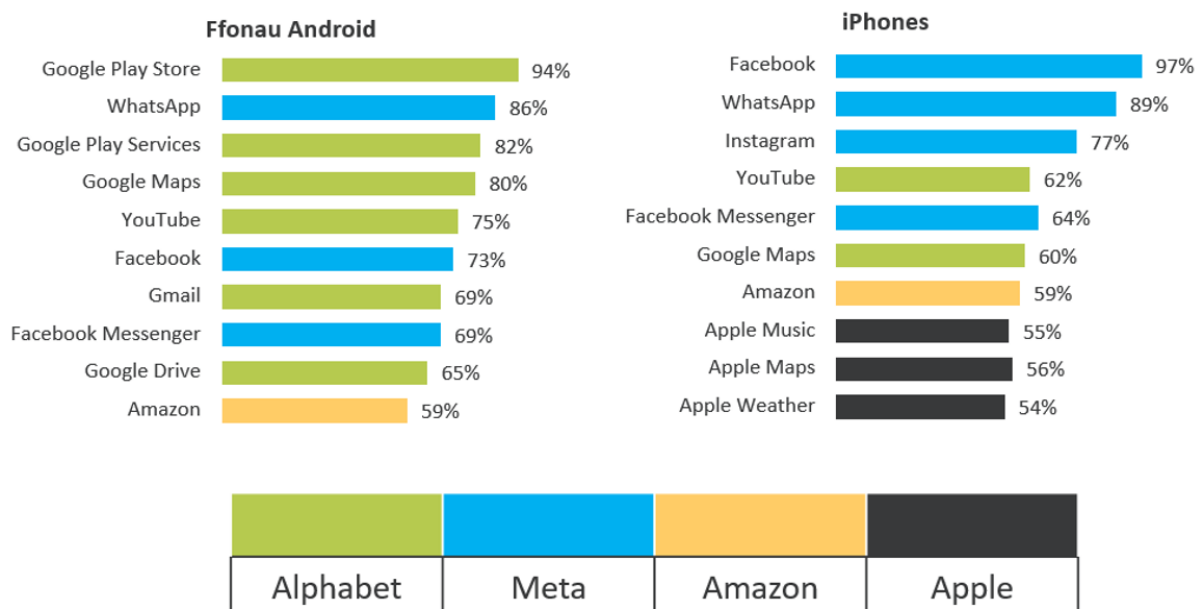
Oedran	15-34		35-54		55+	
8	Gmail	53%	eBay	56%	Instagram	44%
9	eBay	42%	Gmail	47%	Google Play Store	41%
10	Google Play Store	41%	Google Play Store	46%	eBay	34%

Ffynhonnell: © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaoedd Ar-lein Ipsos iris, ap ffôn clyfar, 1 Medi 2021 – 30 Medi 2021, pob oedolyn 15 oed a hŷn, y DU.

### Apiau sy'n eiddo i Alphabet yw'r apiau a ddefnyddir fwyaf gan oedolion y DU ar ffonau clyfar Android. Apiau sy'n eiddo i Meta yw'r apiau a ddefnyddir fwyaf ar iPhone

Alphabet sy'n berchen ar chwech o'r deg ap a ddefnyddir amlaf ar ffonau Android, o'i gymharu â thri o bob deg ap sy'n eiddo i Apple ar iPhones.<sup>22</sup> Mae llawer o'r apiau hyn wedi cael eu gosod ymlaen llaw ar ddyfeisiau, fel Google Play, Google Maps a Gmail ar gyfer Android, ac Apple Music ac Apple Maps ar iPhones. Ond mae gan Google Maps gyrhaeddiad uwch nag Apple Maps ar iPhones, er nad yw wedi'i osod ymlaen llaw, sy'n awgrymu bod Google Maps yn gyffredin iawn, a bod defnyddwyr yn hoffi ei swyddogaethau ychwanegol, fel medru llwytho mapiau i lawr i'w defnyddio oddi ar-lein.

**Ffigur 1.11: Y 10 prif ap ffonau clyfar, ffonau Android o'u cymharu ag iPhone yn seiliedig ar gyrhaeddiad fel % o gyfanswm yr holl apiau ffonau clyfar**



<sup>22</sup> © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaoedd Ar-lein Ipsos iris, ap yn unig Android o'i gymharu ag iOS, ffôn clyfar yn unig, 1 Medi 2021– 30 Medi 2021, oedolion: 15 oed a hŷn, y DU.

Ffynhonnell: © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaoedd Ar-lein Ipsos iris, ap yn unig, Android o'i gymharu ag iOS, ffôn clyfar yn unig, 1 Medi 2021– 30 Medi 2021, oedolion: 15 oed a hŷn, y DU. Nodyn: Nid yw Apple App Store yn cael ei fesur gan Ipsos iris.

## Facebook, WhatsApp, Instagram a Facebook Messenger, sy'n eiddo i Meta, yw'r pedwar prif ap ffonau clyfar a ddefnyddir fwyaf fwyaf bob dydd

Mae gan apiau Meta gyrhaeddiad mawr bob dydd hefyd: fel y mae'r tabl isod yn ei ddangos, mae pedwar o'r pum ap sydd â'r cyrhaeddiad dyddiol uchaf ar ffonau clyfar yn eiddo i Meta. Mae modd defnyddio'r prif apiau (yn ôl nifer yr ymwelwyr bob dydd ar gyfartaledd) ar gyfer negeseuon neu alwadau. Instagram yw'r ap ffonau clyfar sydd â'r cyrhaeddiad dyddiol uchaf ymysg pobl ifanc 15-24 oed, gyda 60% yn ei ddefnyddio bob dydd ym mis Medi 2021. Ap Facebook sydd â'r cyrhaeddiad uchaf nesaf yn y grŵp oedran 15-24, sef 60%, a Snapchat yw'r trydydd gyda 56%.<sup>23</sup> Roedd saith o bob deg oedolyn ar-lein yn y DU rhwng 25 a 34 oed wedi defnyddio ap Facebook bob dydd ym mis Medi 2021, a'r grŵp oedran hwn sydd â'r cyrhaeddiad dyddiol uchaf ar gyfer Facebook.<sup>24</sup>

Darllenwch y [bennod Gwasanaethau Cyfathrebu](#) i gael rhagor o fanylion am y gwasanaethau hyn.

**Ffigur 1.12: Y pum prif ap ffonau clyfar yn ôl cyrhaeddiad dyddiol oedolion ar-lein yn y DU ym mis Medi 2021**

Safle	Ap	Rhiant-gwmni	Cyrhaeddiad oedolion ar-lein yn y DU ar gyfartaledd ym mis Medi	Cyrhaeddiad oedolion ar-lein yn y DU bob dydd ym mis Medi
1	Facebook	Meta	61%	28.3m
2	WhatsApp	Meta	50%	23.0m
3	Instagram	Meta	35%	16.1m
4	Facebook Messenger	Meta	32%	14.8m
5	Gmail	Alphabet	27%	12.4m

Ffynhonnell: © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaoedd Ar-lein Ipsos iris, y prif apiau ffonau clyfar yn ôl cyrhaeddiad dyddiol, 1 Medi 2021 – 30 Medi 2021, oedolion: 15 oed a hŷn, y DU.

## Refeniw apiau

### Ar ôl cynnydd rhwng 2019 a 2020, gostyngodd gwariant mewn siopau apiau yn 2021

Mae data refeniw apiau yn cynnwys pob pryniant mewn siopau apiau, gan gynnwys prynu untro, gwario mewn apiau a thaliadau tanystrifio rheolaidd. Mae'r data wedi'i lunio o drafodion cardiau credyd a debyd, felly gall pob cyfrif gynnwys pryniant gan bobl eraill fel plant neu bartneriaid.

<sup>23</sup> © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaoedd Ar-lein Ipsos iris, y prif apiau ffonau clyfar yn ôl cyrhaeddiad dyddiol, 1 Medi 2021 – 30 Medi 2021, 15-24 oed, y DU.

<sup>24</sup> © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaoedd Ar-lein Ipsos iris, y prif apiau ffonau clyfar yn ôl cyrhaeddiad dyddiol, 1 Medi 2021 – 30 Medi 2021, 25-34 oed, y DU.

Cynyddodd refeniw Siop Apiau Android ac iOS yn y DU yn sylweddol yn 2020, diolch i gynnydd yn nifer y defnyddwyr gweithredol:<sup>25</sup> o 47% yn 2019 i 58% yn 2020. Yn 2021, cynyddodd sylfaen gyffredinol y defnyddwyr un pwynt canran yn unig, i 59%. Roedd nifer cyfartalog yr apiau y telir amdanynt yr oedd pobl a oedd yn arfer prynu apiau yn eu prynu wedi gostwng o 2.9 i 2.6 y mis, gan arwain at ostyngiad o 2% yng nghyfanswm refeniw'r DU.

**Ffigur 1.13: Prynu yn siop apiau Apple a Google, wedi'u cyfuno fesul y sawl sy'n talu'r bil, yn ôl blwyddyn**

Blwyddyn	Mabwysiadwyd gan y sawl sy'n talu'r bil	Gwariant bob mis ar gyfartaledd	Nifer cyfartalog y trafodion y mis	Gwariant fesul trafodyn
2019	47%	£26.36	2.9	£9.25
2020	58%	£26.61	2.9	£9.02
2021	59%	£23.82	2.6	£9.24

Ffynhonnell: Dadansoddiad Ofcom o garfan o 33k o ddefnyddwyr 15 oed a hŷn yn y DU o Money Dashboard.

## Ffrydiau refeniw'r sector ar-lein

**Mae hysbysebu yn cynrychioli 68% o'r cyfanswm refeniw ar-lein a amcangyfrifwyd yn y DU yn 2021**

Cynyddodd refeniw'r sector ar-lein yn y DU yn 2021, yn dilyn y twf mwyaf erioed yn 2020. Roedd y cynnydd yn nifer y defnyddwyr a oedd wedi mabwysiadu a defnyddio'r sector yn ystod y cyfnod clo wedi helpu'r twf yn refeniw'r sector yn 2021. Hysbysebu, tanysgrifiadau a thrafodion yw'r prif ffrydiau refeniw ar-lein, ac roedd pob un wedi cynyddu yn 2021.

**Ffigur 1.14: Amcangyfrif o refeniw ar-lein<sup>26</sup> yn y DU yn ôl ffrwd refeniw: 2017-2021**

Y DU	2016	2017	2018	2019	2020	2021	5 mlynedd - CAGR
Cyfanswm refeniw	£14.6bn	£17.1bn	£20.0bn	£23.2bn	£25.6bn	£33.5bn	18%
Twf blynyddol %	21%	17%	17%	16%	10%	31%	
sy'n ...							

<sup>25</sup>Defnyddwyr gweithredol o banel Money Dashboard sy'n cynnwys 33k o ddefnyddwyr 15 oed a hŷn. Cyfrifwyd fel % y bobl yn y panel sy'n defnyddio'r gwasanaeth wedi'i rannu â chyfanswm y panel.

<sup>26</sup> Mae'r sectorau wedi'u cyfuno yn cynnwys chwilio, dosbarthol, cyfryngau cymdeithasol a negeseuon, Adloniant – clywedol a gweledol, gemau, newyddion a dosbarthol. Nid yw'n cynnwys e-fasnach.

Y DU	2016	2017	2018	2019	2020	2021	5 mlynedd - CAGR
Hysbysebu %	64%	65%	65%	65%	63%	68%	20%
Tanysgrifio %	14%	14%	15%	16%	17%	15%	21%
Trafodion %	22%	20%	20%	19%	20%	16%	11%

*Ffynhonnell: Amcangyfrifon Ofcom ar sail data gan Astudiaeth o Wariant ar Hysbysebion IAB UK/PwC, PwC Global Entertainment and Media Outlook: 2020-2024 a 2021-2025, <http://www.pwc.com/outlook>, Ampere Analysis, Enders Analysis, Adroddiad Gwariant WARC/AA, ac adroddiadau cwmnïau a ffeiliau cyhoeddus. Mae refeniw tanysgrifiadau a refeniw trafodion yn cyfeirio at refeniw sy'n deillio o werthu'r cynnyrch neu'r gwasanaeth perthnasol, naill ai ar sail ailadroddus neu drwy werthiannau untro, yn y drefn honno. Yn achos newyddion ar-lein a chylchgronau defnyddwyr, mae pob refeniw o'r fath wedi'i gynnwys o dan 'tanysgrifiadau'. Yn achos gemau ar-lein, mae'r holl refeniw yn cael ei gynnwys o dan 'trafodion'. Ffigurau dangosol yn unig yw'r rhain, gyda chategoriâu yn gorgyffwrdd – ac, o'r herwydd, gallai'r data a gyflwynir fod yn wahanol i ffynonellau eraill yn y diwydiant oherwydd gwahaniaethau o ran diffiniad o'r sector neu wahaniaethau methodolegol eraill. CAGR yw cyfradd twf blynyddol cyfansawdd dros y pum mlynedd.*

Mae refeniw **hysbysebu** yn chwarae rhan bwysig ym mhob un o'r sectorau rydym yn eu trafod; chwilio, dosbarthol, cyfryngau cymdeithasol, negeseuon ac adloniant (sy'n cynnwys sain a gweledol, gemau, newyddion a dosbarthol). Mae hysbysebu yn cynrychioli 68% o gyfanswm refeniw'r sectorau hyn gyda'i gilydd ac mae'n cael ei archwilio'n fanylach yn nes ymlaen yn y bennod.

Cynyddodd refeniw **tanysgrifio** 19% yn 2021, yn bennaf oherwydd dwy duedd. Parhaodd cwmnïau i ddatblygu cynnyrch a hyrwyddo gwasanaethau tanysgrifio fel dewis premiwm yn lle gwasanaethau sy'n cael eu hariannu gan hysbysebion, fel papurau newydd ar-lein sy'n rhoi llawer o'u cynnwys y tu ôl i waliau talu a gwasanaethau fideo ar-alw sy'n cynnig opsiynau heb hysbysebion os ydych chi'n tanysgrifio bob mis. Yr ail ysgogwr oedd symud defnyddwyr o fodelau sy'n cael eu hariannu gan drafodion i fodelau tanysgrifio. Yma, chwarae gemau yw'r brif enghraifft, lle mae'r rhan fwyaf o'r prif lwyfannau a'r rhai presennol yn bwriadu lansio a datblygu gemau sydd eisoes yn bodoli. Mae Apple Arcade, Google Stadia, Microsoft a Sony yn gwneud hyn; maent yn datblygu eu cynnig tanysgrifio misol 'sy'n cynnwys popeth' i ddefnyddwyr. Mae cael catalog digon mawr i ddewis ohono, a chynnwys unigryw yn ddelfrydol, yn ffactor cystadleuol allweddol ac yn sbardun i gyfuno yn y diwydiant gemau: Mae Microsoft a Sony wedi cwblhau pryniannau mawr, ac mae llawer o stiwdios gemau annibynnol llai wedi cael eu prynu yn ystod y ddwy flynedd diwethaf. Darllenwch y [bennod Gemau i gael rhagor o wybodaeth am wasanaethau tanysgrifio](#).

Mae refeniw **trafodion** yn cynnwys prynu apiau untro a lawrlwythiadau digidol yn bennaf. Yn gyffredinol, roedd refeniw trafodion wedi cynyddu 6% yn 2021 o'i gymharu â 2020. Roedd y gyfradd twf hon yn arafach na mewn blynyddoedd blaenorol oherwydd y gymhariaeth anodd â'r twf mwyaf erioed yn 2020, ac i raddau llai oherwydd bod llwyfannau'n hyrwyddo dewisiadau tanysgrifio amgen.

## Hysbysebu

**Oherwydd y pandemig, twf refeniw hysbysebu ar-lein yn y DU yn 2020 oedd yr isaf ers dros ddegawd, sef 7%. Yn 2021, twf refeniw hysbysebu ar-lein yn y DU oedd yr uchaf ers dros ddegawd, sef 41%, gan gyrraedd £23.5bn yn 2021 a chynnydd o £6.8bn ers 2020**

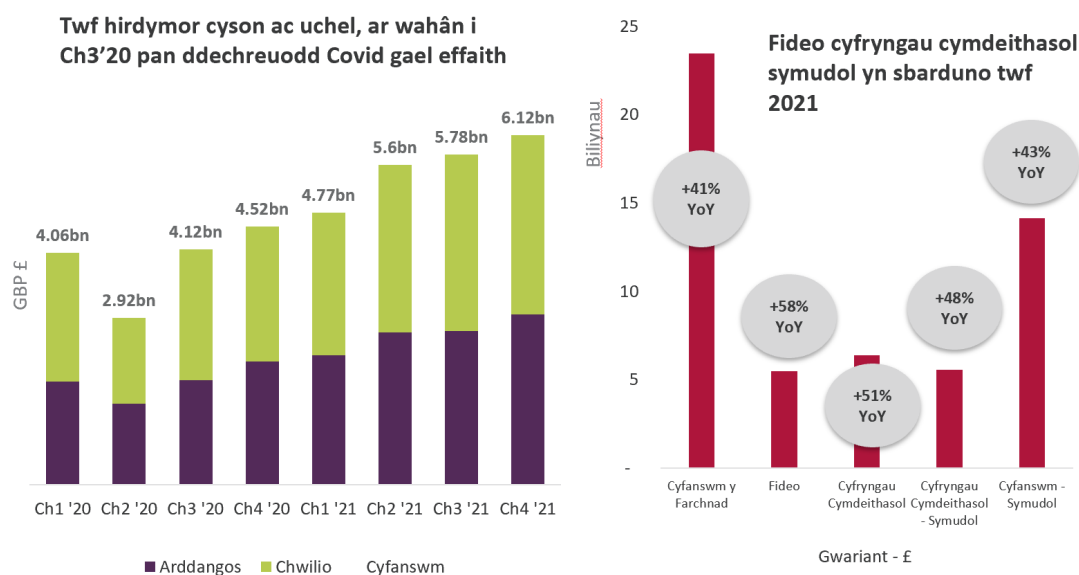


Hysbysebu yw'r ffrwd refeniw bwysicaf o hyd i lawer o fusnesau ar-lein, a'r unig un i lawer o gyhoeddwr llai. Yn y DU, roedd pob math o wariant ar hysbysebu ar-lein wedi cynyddu yn 2021, gyda phob segment yn tyfu'n weddol debyg i dwf hysbysebion ar-lein yn gyffredinol (41%).<sup>27</sup> Mae rhai o'r segmentau llai, a gafodd eu taro galetaf yn ystod y cyfnod clo, wedi gwella'n sylweddol. Roedd hysbysebion dosbarthol, a oedd wedi gostwng 30% yn 2020, wedi codi 8% yn 2021, gyda marchnad recriwtio gref yn cyfrannu at y twf hwn. Tyfodd hysbysebion ar-lein o un flwyddyn i'r llall ym mhob chwarter yn 2021, gan gynnwys codi 90% eto yn chwarter 2, sy'n adlewyrchu effaith sylweddol Covid ar ganlyniadau yn chwarter 2 2020.

*“Mae'r DU wedi dal ei thir yn 2021 fel y farchnad hysbysebu fwyaf yn Ewrop drwy'r pandemig, ac mae bellach y drydedd fwyaf yn y byd, y tu ôl i UDA a Tsieina.”*

- Stephen Woodford, Prif Weithredwr, Advertising Association, 28 Ebrill 2022.

**Ffigur 1.15: Mae marchnad ar-lein y DU yn tyfu'n gyson a chryf unwaith eto gyda chyfryngau cymdeithasol symudol yn tyfu gyflymaf**



*Ffynhonnell: Gwir ffigurau a rhagolygon ar gyfer y DU - Adroddiad Gwariant AA/WARC. Nid yw Arddangos yn cynnwys sain ac nid yw Chwilio yn cynnwys hysbysebion dosbarthol.*

Tyfodd hysbysebion arddangos a chwilio yn gadarn yn 2021, sef 53% a 39% yn y drefn honno.<sup>28</sup> Roedd twf siopa ar-lein yn ystod cyfnodau clo Covid-19 wedi helpu chwilio wrth siopa i gyrraedd 30% o gyfanswm y gwariant chwilio yn 2021.<sup>29</sup>

<sup>27</sup> Adroddiad Gwariant AA/WARC, 28 Ebrill 2022.

<sup>28</sup> Adroddiad Gwariant AA/WARC, 28 Ebrill 2022.

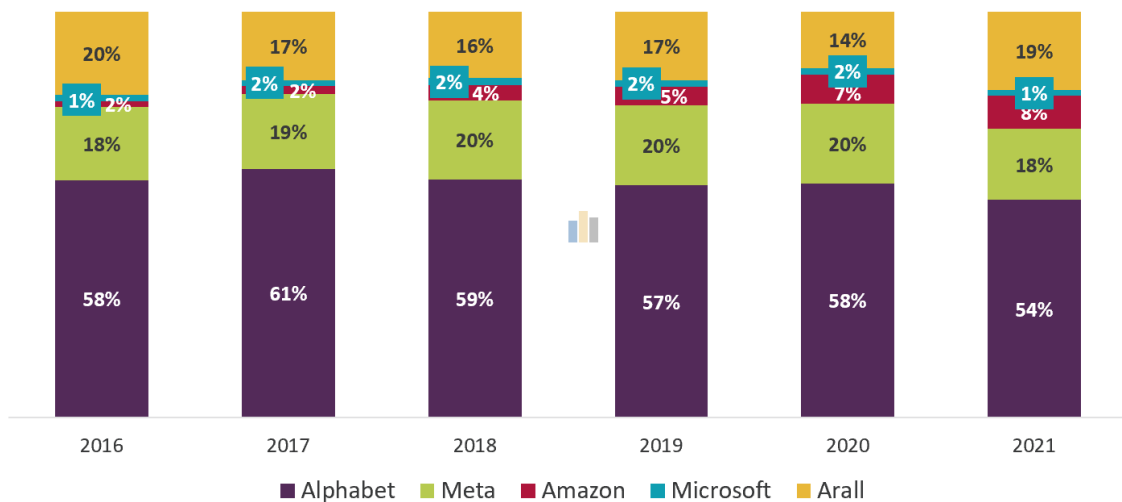
<sup>29</sup> IAB UK/PwC - Astudiaeth o Wariant ar Hysbysebion Digidol 2022

## Mae hysbysebion dosbarthol sain a recriwtio yn dangos twf cryf

Mae refeniw hysbysebu hefyd wedi tyfu'n sylweddol y tu hwnt i segmentau chwilio ac arddangos traddodiadol. Cynyddodd y segment sain a phodlediadau 51% i gyrraedd £157m.<sup>30</sup> Cafodd gwasanaethau ymholiadau a dosbarthol eu blwyddyn gyntaf o dwf mewn 5 mlynedd gyda refeniw yn cynyddu 8% o'i gymharu â 2020. Roedd y categori hysbysebion dosbarthol recriwtio wedi adfer yn gryf iawn, gan gynyddu 37% yn 2021 o'i gymharu â gostyngiad o 32% yn 2020. Roedd BVoD (fideo ar-alw sy'n cael ei ddarlledu) wedi cynyddu 40% yn 2021 o'i gymharu â'r flwyddyn flaenorol ac wedi cynhyrchu refeniw o £733m.<sup>31</sup>

Alphabet sy'n cynnal y gyfran fwyaf o refeniw hysbysebu ar-lein yn y DU, yna Meta. Mae cyfran Amazon yn tyfu. Mae hyn yn debygol o fod oherwydd y cynnydd mewn hysbysebion chwilio wrth siopa.

**Ffigur 1.16: Amcangyfrif o gyfran refeniw hysbysebu ar-lein y DU, yn ôl blwyddyn**



*Ffynhonnell: Amcangyfrifon Ofcom ar sail data gan Astudiaeth o Wariant ar Hysbysebion Digidol IAB UK/PwC, data ariannol cwmnïau a modelu Ofcom. Nid yw'n cynnwys BVoD (fideo ar-alw sy'n cael ei ddarlledu). Gall yr amcangyfrifon amrywio o ffynonellau eraill oherwydd diffiniadau o refeniw'r cwmni a thybiaethau Ofcom.*

## Y meysydd y mae'r pum cwmni ar-lein mwyaf yn canolbwyntio arnynt

Y cwmnïau ar-lein mwyaf yn ôl refeniw yn y DU yw Meta, Apple, Microsoft, Amazon, ac Alphabet ('cwmnïau MAMAA'<sup>32</sup>). Yn 2021, fe wnaethant barhau i ehangu ffrydiau refeniw a swyddogaethau eu cynnyrch craidd, yn ogystal ag ehangu i feysydd newydd, gyda'r buddsoddiad mwyaf erioed mewn ymchwil a datblygu a blwyddyn arall o uno a chaffael sylweddol. Yn 2021, roedd cwmnïau MAMAA gyda'i gilydd yn cyfrif am tua thri chwarter o'r 40 prif gwmni ar-lein sy'n cynhyrchu refeniw yn y DU (fel yn 2020). Gwariodd cwmnïau MAMAA dros £100bn yn fyd-eang mewn ymchwil a datblygu (yn debyg i 2020) gan gaffael 40 o gwmnïau yn fyd-eang (o'i gymharu â 44 yn 2020). Mae gan bob cwmni

<sup>30</sup> Adroddiad Gwariant AA/WARC, 28 Ebrill 2022.

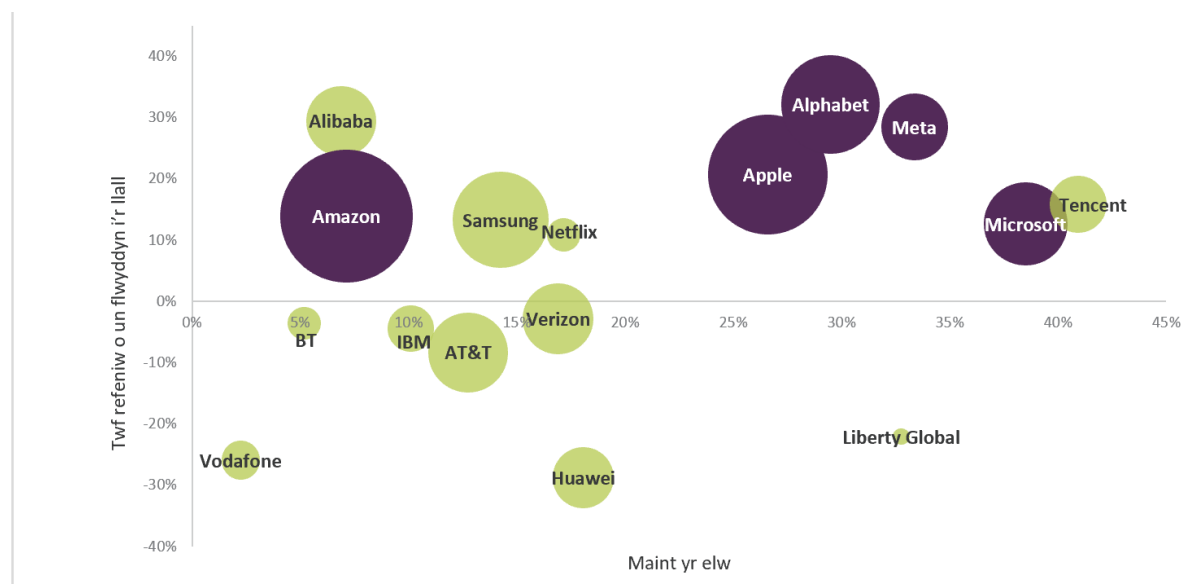
<sup>31</sup> Adroddiad Gwariant AA/WARC, 28 Ebrill 2022.

<sup>32</sup> Rhiant-gwmni Meta, Apple, Microsoft, Amazon, a Google, sef Alphabet, Fortune, [Gallai cwmp Facebook yn Wall Street fod yn fan cychwyn i rai stociau technoleg](#), 29 Hydref 2021.

safle blaenllaw mewn o leiaf un sector ar-lein ac mae gan y rhan fwyaf nifer o safleoedd blaenllaw naill ai mewn sector penodol neu yn yr ecosystem ategol.

Gall bod mewn safle cryf o ran arwain a / neu nifer o safleoedd cryf mewn gwahanol rannau o'r ecosystem helpu cwmnïau i fod yn amddiffynnol yn erbyn cwmnïau sy'n herio a gall gefnogi gweithgareddau ehangu i rai newydd.

**Ffigur 1.17: Refeniw byd-eang MAMAA, cyfraddau twf a phroffidoldeb o'i gymharu ag eraill**



*Ffynhonnell: Data ariannol a marchnad stoc y cwmnïau o lwyfan S&P Market Intelligence. Dadansoddiad a throsi i GBP gan Ofcom. Mae maint cymharol y cylchoedd yn cynrychioli maint y refeniw yn 2021 mewn GBP, cyfradd twf o un flwyddyn i'r llall wedi'i chyfrifo mewn GBP.*

### Llwyfannau ar-lein sy'n deillio o UDA a Tsieina yw cwmnïau twf ac elw uchel 2021

Cwmnïau MAMAA yw'r cwmnïau mwyaf, sy'n tyfu gyflymaf ac sy'n gwneud y mwyaf o elw. Cwmnïau Tsieineaidd yw'r rhai agosaf wedyn, gyda'r elw mawr gan Tencent a chyfraddau twf uchel AliBaba. Nid yw ByteDance, perchennog TikTok, yn cael ei ddangos ar y graff uchod gan ei fod yn gwmni preifat heb lawer o adroddiadau ariannol cyhoeddus. Dywedodd Reuters fod Bytedance wedi cynyddu ei refeniw 70% yn 2021 i gyrraedd £42.5bn, yn dilyn cynnydd refeniw o 100% yn 2020 yn ôl y sôn.<sup>33</sup> Mae TikTok yn boblogaidd mewn marchnadoedd yn Tsieina a'r Gorllewin ac mae'n eithriad i'r duedd gyffredinol o lwyfannau mawr yn UDA a Tsieina, sy'n gweithredu mewn marchnadoedd daearyddol gwahanol, heb gystadlu'n uniongyrchol.

Yn dilyn cynnydd mawr yng ngwerth pob un o'r cwmnïau MAMAA ar y farchnad yn ystod pandemig Covid-19, yn ystod misoedd cynnar 2022 roedd hyder buddsoddwyr yn lleihau. Roedd hyn yn fwyaf amlwg ar gyfer Meta, a oedd wedi gweld cwmp o 40% yn y cyfalafu ar y farchnad yn Ch1 2022, gan adlewyrchu pryderon am ddiffyg twf posibl yng nghyfanswm y defnyddwyr byd-eang. Fodd bynnag, tyfodd YouTube a TikTok yn gyflymach mewn termau refeniw, felly gall cystadleuaeth fod yn ffactor hefyd.

<sup>33</sup> Reuters, [Twf gwerthiannau ByteDance, perchennog TikTok, yn 70% yn 2021, gan arafu o un flwyddyn i'r llall - ffynonellau](#), 20 Ionawr 2022.

Ar wahân i hysbysebu, mae ffrydio gwasanaethau fideo ar-alw yn faes sy'n peri pryder i fuddsoddwyr ynghylch twf yn y dyfodol. Erbyn mis Ebrill 2022, roedd pris cyfranddaliadau Netflix wedi gostwng 62% ers dechrau 2022. Nodwyd mai galw gan ddefnyddwyr a mwy o gystadleuaeth oedd y prif resymau dros hyn.<sup>34</sup>

### **Mae'r gwaith o ehangu'r llwyfan yn parhau, gyda 40 o gytundebau uno a chaffael yn 2021 (o'i gymharu â 44 yn 2020)**

Lluniodd cwmnïau MAMAA 40 cytundeb uno a chaffael (M&A) yn 2021; pedwar yn llai nag yn 2020. Microsoft oedd â'r rhan fwyaf o weithgarwch yn y maes hwn, gydag 16 o gyhoeddiadau yn 2021 o'i gymharu ag 11 o gytundebau yn 2020. Nid yw cyhoeddiad Activision wedi'i gynnwys, gan fod hyn wedi digwydd ym mis Ionawr 2022. Mae prynu Nuance Communications<sup>35</sup> yn cynnwys cynnyrch fel Dragon Medical One, technoleg adnabod llais yn y cwmwl. Yn bwysig iawn, mae'n rhoi mynediad i Microsoft at sylfaen gwsmeriaid bresennol o 10,000 o gwsmeriaid gofal iechyd ac mae'n cryfhau llwyfan 'cwmwl ar gyfer gofal iechyd' Microsoft ymhellach. Mae'n adeiladu ar y llu o bartneriaethau strategol newydd gyda darparwyr gofal iechyd, yn fwyaf diweddar gofal iechyd CVS ym mis Rhagfyr 2021, gyda Forbes yn disgrifio Microsoft fel "un o'r cwmnïau mwyaf pwerus ym maes gofal iechyd".<sup>36</sup>

Ehangodd Alphabet yn y sector iechyd a nwyddau mae modd eu gwisgo yn 2021 drwy brynu Signal Path, sef system rheoli clinigol.<sup>37</sup> Roedd tri phryniant arall – Dysonics, Pring a CompilerWorks – yn cynnwys sain 3D, ap trosglwyddo arian a rheoli data, yn y drefn honno.

Roedd trafodion uno a chaffael Meta yn 2021 yn canolbwyntio ar gemau VR, wrth i'r cwmni brynu Downpour Interactive,<sup>38</sup> Unit 2 Games<sup>39</sup> a BigBox VR.<sup>40</sup> Prynodd Meta y cwmni ap ffitrwydd realiti rhithwir, Within Unlimited, hefyd.

Sicrhodd Amazon ei ail gytundeb fwyaf drwy brynu MGM Studios am dros £6bn yn 2021. Dywedodd ei fod yn gobeithio manteisio i'r eithaf ar hanes MGM o wneud ffilmiau, a'r catalog eang o 4,000 o ffilmiau ac 17,000 o sioeau teledu i helpu i gryfhau Amazon Studios, o ran ei isadran ffilm a theledu.<sup>41</sup>

---

<sup>34</sup> Bloomberg, [Cyfranddaliadau Netflix yn gostwng 30% ar ôl colli llawer iawn o danysgrifwyr](#), 21 Ebrill 2022.

<sup>35</sup> TechCrunch, [Microsoft yn prynu Nuance Communications am \\$19.7B](#), 12 Ebrill 2021.

<sup>36</sup> Forbes, [Mae Microsoft wedi dod yn un o'r cwmnïau mwyaf pwerus ym maes gofal iechyd, a does dim arwydd y bydd yn arafu o gwbl](#), 30 Rhagfyr 2021.

<sup>37</sup> Verily, [Verily yn prynu SignalPath, gan ehangu gallu ymchwil clinigol y cwmni a nodi pryniant mawr cyntaf y cwmni](#), 31 Awst 2021.

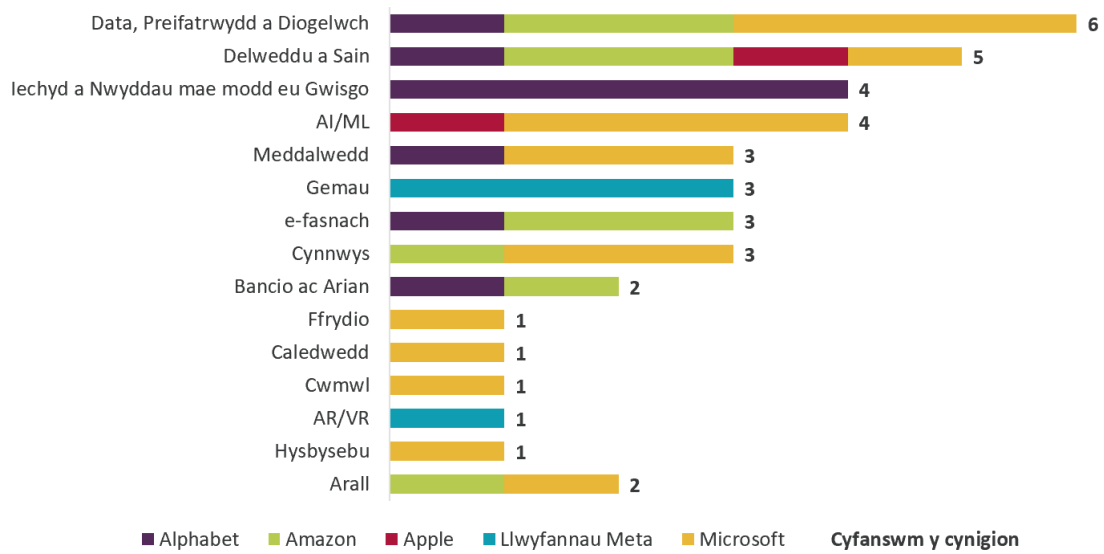
<sup>38</sup> Meta Quest, [Croesawu Downpour Interactive i Facebook](#), 30 Ebrill 2021.

<sup>39</sup> Blog Facebook Gaming, [Croeso i Unit 2 Games i Facebook Gaming](#), 4 Mehefin 2021.

<sup>40</sup> Meta Quest, [Croesawu Bigbox VR i Facebook](#), 11 Mehefin 2021.

<sup>41</sup> About Amazon, [MGM yn ymuno â Prime Video ac Amazon Studios](#), 17 Mawrth 2022.

**Ffigur 1.18: Grwpiau sector cytundebau uno a chaffael MAMAA yn 2021**

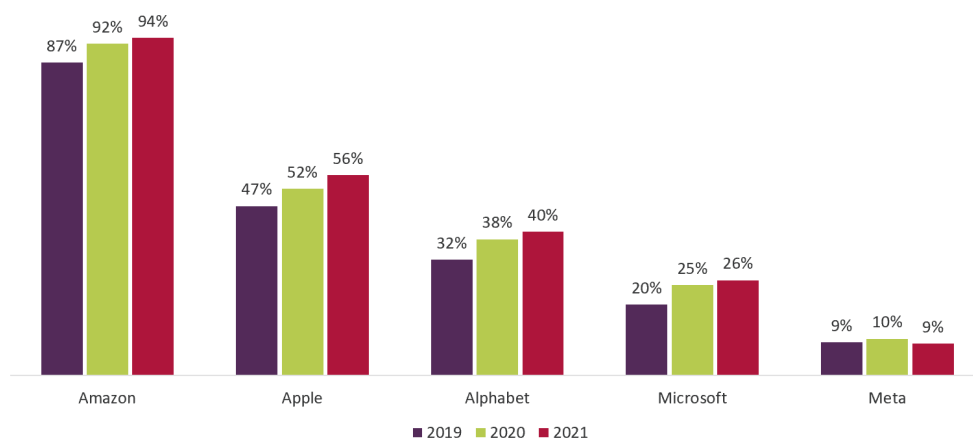


Ffynhonnell: S&P Capital IQ - Cwmnïau MAMAA yn uno ac yn caffael yn 2021.

**Mae'r prif lwyfannau'n raddol ehangu eu perthynas bilio uniongyrchol ag oedolion ar-lein**

Nid yw'n syndod mai Amazon sy'n arwain y ffordd gyda'i berthynas bilio uniongyrchol ag oedolion ar-lein: mae 94% o oedolion ar-lein yn y DU yn defnyddio ei wasanaethau adloniant â thâl ac e-fasnach.

**Ffigur 1.19: Cyfran y bobl sy'n prynu cynnyrch neu wasanaethau'n uniongyrchol gan y llwyfan, fesul blwyddyn**



Ffynhonnell: Dadansoddiad Ofcom o oedolion ar-lein drwy ddata ap Money Dashboard sy'n cynnwys 30k a mwy o bobl 15 oed a hŷn.

## Defnyddio ynni - MAMAA

Mae cwmnïau MAMAA yn defnyddio llawer iawn o drydan yn eu canolfannau data. Mae'r pŵer y mae Amazon, Google, Microsoft, Facebook ac Apple yn ei ddefnyddio, gyda'i gilydd, yn fwy na 45 terawat awr bob blwyddyn, sy'n debyg i'r cyfanswm y mae Seland Newydd yn ei ddefnyddio.<sup>42</sup>

Mae'r cwmnïau MAMAA i gyd wedi addo cyrraedd targed allyriadau nwyon tŷ gwydr sero net corfforaethol erbyn dyddiad penodol: Meta, Microsoft, Apple ac Alphabet erbyn 2030, ac Amazon erbyn 2040.<sup>43</sup> Mae ynni adnewyddadwy yn rhan sylweddol o'r strategaeth i gyflawni allyriadau sero net, ac mae cwmnïau MAMAA wedi bod yn buddsoddi ynddynt dros y deng mlynedd diwethaf.<sup>44</sup> Yn 2019 cyhoeddodd Facebook ei fod yn buddsoddi'n uniongyrchol am y tro cyntaf, mewn ffatri paneli solar 300 MW yn Andrews County, Texas.<sup>45</sup>

Mae costau ynni cwmnïau MAMAA yn uchel iawn ac felly mae angen i'r busnes ddefnyddio ynni'n fwy effeithlon, yn ogystal ag ystyried yr amgylchedd. Gallai'r buddsoddiadau y mae cwmnïau MAMAA wedi'u rhoi yn y sector ynni gwyrdd helpu i ysgogi'r sector.

Mae Amazon yn defnyddio mwy o ynni na chwmnïau MAMAA eraill, ac ochr yn ochr â'r ynni sydd ei angen i bweru ei ganolfannau data, mae'n rhaid iddo gael tanwydd ar gyfer ei rwydwaith dosbarthu. Gallai hyn fod yn un rheswm pam mae ei darged ar gyfer sero-net ddeng mlynedd yn ddiweddarach na chwmnïau technoleg eraill. Mae Amazon Web Services (AWS) yn darparu gwasanaethau cyfrifiadura yn y cwmwl i lawer o'r cwmnïau technoleg mwy. Gall defnyddio gwasanaethau yn y cwmwl fod yn ffordd fwy effeithlon o ddefnyddio ynni, er efallai na fydd manteision hyn yn para'n hir wrth i wasanaethau yn y cwmwl ddod yn rhatach, gan felly gael eu defnyddio'n fwy helaeth.

## Chwilio

### Roedd Google Search yn cyrraedd 78% o oedolion ar-lein yn y DU bob dydd ym mis Medi 2021<sup>46</sup>

Google yw'r peiriant chwilio mwyaf poblogaidd o hyd, gan gyrraedd bron pob oedolyn ar-lein yn y DU ym mis Medi 2021. Fodd bynnag, mae mwy na miliwn o oedolion yn defnyddio'r chwe pheiriant chwilio arall yn y DU.<sup>47</sup> Mae rhai o'r rhain, fel DuckDuckGo, yn gwahaniaethu eu hunain o Google Search drwy ganolbwyntio'n fawr ar breifatrwydd. Mae rhagor o fanylion am y peiriannau chwilio hyn sy'n canolbwyntio ar breifatrwydd ar gael yn yr astudiaethau achos isod.

---

<sup>42</sup> FT, [Sut mae technoleg wedi gwneud ymdrech gydag ynni gwyrdd](#), 10 Chwefror 2021.

<sup>43</sup> Datganiadau i'r wasg gan y cwmni.

<sup>44</sup> FT, [Sut mae technoleg wedi gwneud ymdrech gydag ynni gwyrdd](#), 10 Chwefror 2021.

<sup>45</sup> Facebook, [Adroddiad Cynaliadwyedd 2020](#), t18.

<sup>46</sup> © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaoedd Ar-lein Ipsos iris, Peiriant chwilio: Google, 1 Medi 2021 – 30 Medi 2021, oedolion: 15 oed a hŷn, y DU.

<sup>47</sup> © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaoedd Ar-lein Ipsos iris, Categori: peiriannau chwilio, 1 Medi 2021 – 30 Medi 2021, oedolion: 15 oed a hŷn, y DU.

**Ffigur 1.20: Cyrhaeddiad y saith prif beiriant chwilio ymhlith oedolion ar-lein yn y DU: Medi 2021**

Safle	Rhiant-gwmni	Cyfryngau	Pencadlys	Cyfanswm cyrhaeddiad oedolion ym mis Medi	Cyrhaeddiad oedolion ar-lein ym mis Medi	Amser a dreuliodd ym mis Medi fesul ymwelydd (oriau:munudau)
1	Alphabet	Google	UDA	49.5m	99%	7:03
2	Microsoft	Bing	UDA	16.2m	33%	0:21
3	DuckDuckGo	DuckDuckGo	UDA	5.7m	11%	0:11
4	Yandex LLC	Yandex	Rwsia	4.7m	10%	0:03
5	Apollo Global Management	Yahoo!	UDA	2.7m	5%	0:06
6	System1	Info.co.uk	Y DU	1.8m	4%	0:01
7	Apollo Global Management	AOL	UDA	1.5m	3%	0:30

*Ffynhonnell: © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaoedd Ar-lein Ipsos iris, Adroddiad safleoedd, categori: peiriannau chwilio, 1 Medi 2021 – 30 Medi 2021, oedolion: 15 oed a hŷn, y DU. Nodyn: Rhestr wedi'i diffinio'n benodol gan Ofcom.*

## Peiriannau chwilio sy'n canolbwyntio ar breifatrwydd

### Mojeek<sup>48</sup>

Peiriant chwilio preifat a lansiwyd yn y DU yn 2004 yw Mojeek ac mae ganddo bolisi preifatrwydd dim olrhain. Mae'n rhoi canlyniadau chwilio i ddefnyddwyr yn seiliedig ar eiriau allweddol sy'n cael eu teipio i'w chwilotwr. Mae'r canlyniadau'n cael eu rhestru yn ôl yr hyn y mae ei algorithm yn ei ystyried sydd o'r ansawdd gorau a'r mwyaf perthnasol.<sup>49</sup> Mae Mojeek yn cael ei ariannu gan fuddsoddiad cyfalaf unigol a hysbysebion sy'n seiliedig ar ymholiadau chwilio a lleoliad.<sup>50</sup>

### DuckDuckGo

Lansiwyd DuckDuckGo yn y DU yn 2018, ac mae'n cynhyrchu refeniw o hysbysebion arddangos yn seiliedig ar dermau chwilio a geiriau allweddol. Mae tair biliwn o chwiliadau yn cael eu gwneud bob mis ar y llwyfan, sy'n cyflogi 166 o weithwyr.<sup>51</sup> Mewn cymhariaeth, roedd gan rhiant-gwmni Google, Alphabet, 156,000 o weithwyr ym mis Rhagfyr 2021, ac mae dros 200 biliwn o chwiliadau'n cael eu gwneud bob dydd ar Google.<sup>52</sup> <sup>53</sup> Roedd DuckDuckGo, y trydydd peiriant chwilio y mae oedolion y DU yn ei ddefnyddio fwyaf,<sup>54</sup> wedi cynhyrchu dros £73.3m mewn refeniw byd-eang yn 2020 (y ffigurau diweddaraf sydd ar gael) o'i gymharu â refeniw chwilio Google o £109bn yn yr un flwyddyn.<sup>55</sup>

## Roedd refeniw chwilio'r DU wedi tyfu 38% yn 2021, gyda hysbysebion sy'n gysylltiedig â siopa yn cyfrif am bron i draean o'r cyfanswm

Cynyddodd refeniw marchnad chwilio'r DU £3.2bn (38%) yn 2021. Mae refeniw wedi cael ei ategu gan ymddangosiad parhaus hysbysebion chwilio wrth siopa, a oedd yn cyfrif am 30% o'r chwilio yn 2021. Mae'r hysbysebion hyn yn ymddangos mewn peiriannau chwilio traddodiadol ac fel rhestrau noddedig ar farchnadoedd ar-lein.<sup>56</sup> Mae AA/WARC yn disgrifio'r duedd hon fel "nodwedd o oes newydd mewn hysbysebu".

Mae chwilio wrth siopa yn bwysig iawn yn y DU. Gyda gwariant manwerthu ar-lein o £1,940 y pen, mae siopwyr yn y DU yn gwario mwy y pen ar siopa nag unrhyw wlad arall yn y byd.<sup>57</sup> Yn ôl Alphabet, y cwmni mwyaf yn y segment hwn, roedd ei dwf refeniw chwilio byd-eang yn 43% yn 2021. Mae'r

<sup>48</sup> Nid yw data Ipsos iris ar gyfer Mojeek ar gael oherwydd nad yw'n cyrraedd y trothwy adrodd.

<sup>49</sup> Blog swyddogol Mojeek, [Chwilio heb dracio](#), 8 Hydref 2018.

<sup>50</sup> Blog swyddogol Mojeek, [Gair am Mojeek; model busnes, cadw golwg a phreifatrwydd](#), 8 Rhagfyr 2020.

<sup>51</sup> DuckDuckGo, [Gair am DuckDuckGo](#), cyrchwyd 24 Mawrth 2021.

<sup>52</sup> Alphabet [Alphabet yn cyhoeddi canlyniadau'r pedwerydd chwarter a blwyddyn ariannol 2021](#), cyrchwyd 5 Mai 2022.

<sup>53</sup> Oberlo, [10 o Ystadegau Chwilio Google](#), 2 Ionawr 2022.

<sup>54</sup> © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaoedd Ar-lein Ipsos iris, DuckDuckGo, 1 Medi 2021 – 30 Medi 2021, oedolion: 15 oed a hŷn, y DU.

<sup>55</sup> TechRepublic [Sut mae DuckDuckGo yn gwneud arian yn gwerthu manylion chwilio, nid preifatrwydd](#), ffynhonnell Google: Modelu Ofcom.

<sup>56</sup> Astudiaeth o Wariant ar Hysbysebion Digidol IAB UK/PwC 2021, Ebrill 2022.

<sup>57</sup> Adroddiad Gwariant AA/WARC, 28 Ebrill 2022. Ofcom yn trosi USD i GBP.



DU yn farchnad ar-lein fwy aeddfed na llawer o farchnadoedd byd-eang eraill, sy'n cyfrannu at dwf arafach.

**Ffigur 1.21: Cyfanswm refeniw blynyddol peiriannau chwilio yn y DU**

Y DU	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Refeniw blynyddol</b>	£5.1bn	£5.9bn	£6.8bn	£7.8bn	£8.4bn	£11.7bn
<b>Twf blynyddol</b>	23%	16%	14%	15%	8%	38%
<b>Cyfran symudol</b>	38%	45%	51%	57%	56%	56%

*Ffynhonnell: Amcangyfrifon a dadansoddiad Ofcom yn seiliedig ar ddata hysbysebu ar-lein gan Astudiaeth o Wariant ar Hysbysebion Digidol IAB UK/PwC ac adroddiadau cwmnïau a ffeiliau cyhoeddus.*

## Cyfyngau cymdeithasol

**Ers mis Medi 2021, mae cyrhaeddiad Twitter ymhlith oedolion yn y DU wedi bod yn gostwng ac mae cyrhaeddiad TikTok yn parhau i gynyddu**

Facebook, gan gynnwys Messenger, yw'r llwyfan cyfyngau cymdeithasol mwyaf poblogaidd ymysg oedolion yn y DU o hyd, gyda mwy na naw o bob deg oedolyn yn y DU yn ei ddefnyddio ym mis Medi 2021. Mae pobl ifanc 15-24 oed ar-lein yn y DU yn defnyddio llawer ar y cyfyngau cymdeithasol. Mae dros eu hanner yn defnyddio pum llwyfan cyfyngau cymdeithasol: Roedd 90% wedi mynd ar Instagram ym mis Medi 2021, roedd 90% wedi mynd ar Facebook neu Facebook Messenger, roedd 70% wedi mynd ar Snapchat, roedd 70% wedi mynd ar Twitter ac roedd 64% wedi mynd ar TikTok. Mae poblogrwydd Snapchat yn tueddu i fod ymhlith pobl ifanc; roedd 35% o bobl 25-34 oed a 20% o bobl 35-44 oed wedi mynd ar Snapchat ym mis Medi 2021. Mae TikTok yn llai poblogaidd ymysg y rheini sydd dros 24 oed. Ond roedd o leiaf un o bob pedwar o bobl 25-54 oed wedi mynd ar TikTok ym mis Medi 2021: 42% o bobl 25-34 oed, 33% o bobl 35-44 oed, a 25% o bobl 45-54 oed.<sup>58</sup>

**Ffigur 1.22: Cyrhaeddiad y deg ap/gwefan cyfyngau cymdeithasol mwyaf poblogaidd ymhlith oedolion ar-lein yn y DU: Medi 2021**

	Cyfyngau	Rhiant-gwmni	Cyfanswm cyrhaeddiad oedolion ym mis Medi	Cyrhaeddiad oedolion ar-lein ym mis Medi	Cynulleidfa oedolion bob dydd ar gyfartaledd ym mis Medi 2021
1	<b>Facebook a Messenger</b>	Meta	46.7m	94%	34.3m

<sup>58</sup> © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaoedd Ar-lein Ipsos iris, Cyfyngau Cymdeithasol, 1 Medi 2021 – 30 Medi 2021, oedolion: 15 oed a hŷn, y DU.

	Cyfyngau	Rhiant-gwmni	Cyfanswm cyrhaeddiad oedolion ym mis Medi	Cyrhaeddiad oedolion ar-lein ym mis Medi	Cynulleidfa oedolion bob dydd ar gyfartaledd ym mis Medi 2021
2	YouTube	Alphabet	45.6m	92%	20.9m
3	Instagram	Meta	36.3m	73%	17.6m
4	Twitter	Twitter	30.8m	62%	11.4m
5	LinkedIn	Microsoft	18.8m	38%	4.6m
6	Pinterest	Pinterest	16.6m	33%	2.7m
7	TikTok	Bytedance	15.4m	31%	5.4m
8	Reddit	Reddit Inc	14.1m	28%	2.9m
9	Snapchat	Snap	11.8m	24%	6.9m
10	Nextdoor	Nextdoor	9.2m	18%	2.4m

Ffynhonnell: © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaoedd Ar-lein Ipsos iris, 1 Medi 2021 – 30 Medi 2021, cyfyngau cymdeithasol, oedolion: 15 oed a hŷn, y DU. Nodyn: Nid yw setiau teledu na dangosyddion clyfar wedi'u cynnwys. Rhestr wedi'i diffinio'n benodol gan Ofcom.

### Treuliodd oedolion yn y DU sy'n defnyddio TikTok 29 munud y dydd ar y llwyfan ym mis Chwefror 2022. Mae hyn bron cymaint â'r amser roedd defnyddwyr Facebook yn ei dreulio ar Facebook (34 munud)<sup>59</sup>

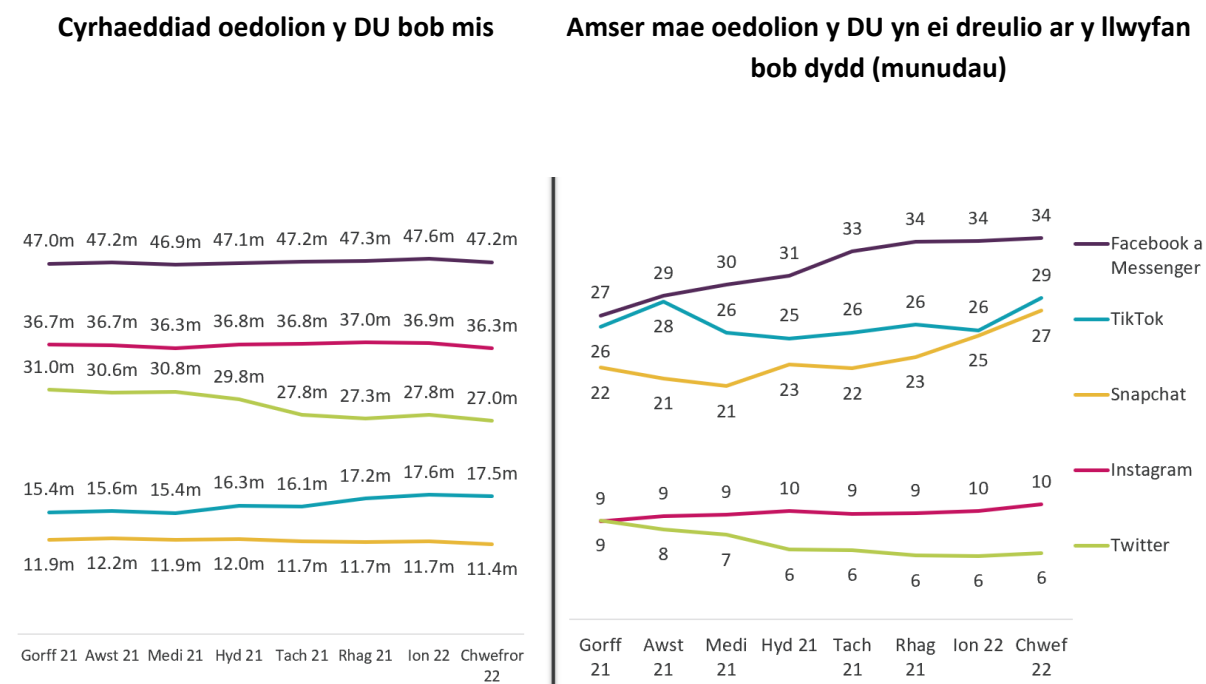
Roedd cyrhaeddiad misol Facebook ac Instagram, sy'n eiddo i Meta, ar gyfer oedolion yn y DU wedi aros yn weddol sefydlog rhwng mis Gorffennaf 2021 a dechrau 2022. Ym mis Chwefror 2022 roedd y pum miliwn o ddefnyddwyr TikTok 15-24 oed yn y DU wedi treulio bron i awr (56 munud) ar TikTok bob dydd, ac roedd y pum miliwn o ddefnyddwyr Snapchat 15-24 oed wedi treulio 49 munud y dydd ar Snapchat. Mewn cymhariaeth, treuliodd defnyddwyr rhwng 15 a 24 oed Facebook/Messenger ac Instagram 25 a 21 munud y dydd ar y cyfyngau penodol, yn y drefn honno.<sup>60</sup> Dywedodd Meta, yn ei alwad enillion yn Ch1 2022, y byddai Riliau (fersiwn Meta o fideo ffurf fer) yn greiddiol i'w strategaeth fusnes a'i dwf yn y dyfodol. Tynnodd y cwmni sylw at y ffaith fod 20% o'r amser sy'n cael ei dreulio ar Instagram yn fyd-eang yn cael ei dreulio ar Riliau, a bod fideo yn gyffredinol yn cyfrif am 50% o'r amser mae pobl yn ei dreulio ar Facebook. Mae Meta yn buddsoddi mewn datblygu deallusrwydd artiffisial a fydd yn dewis darnau o gynnwys ar gyfer defnyddwyr, beth bynnag fo'u cysylltiad cymdeithasol â'r gwylwr. Ar hyn o bryd, nid oes gwerth ariannol i Riliau i'r un graddau â'r

<sup>59</sup> © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaoedd Ar-lein Ipsos iris, 1 Chwefror 2022 – 28 Chwefror 2022, oedolion: 15 oed a hŷn, y DU.

<sup>60</sup> © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaoedd Ar-lein Ipsos iris, 1 Chwefror 2022 – 28 Chwefror 2022, oedolion: 15-24 oed, y DU.

Crynodeb;<sup>61</sup> mae Meta yn dweud ei fod yn disgwyl i Riliau gymryd sawl blwyddyn i gyrraedd yr un lefel ariannu â Chrynodebau.<sup>62</sup> Mae hysbysebion fideo ar-lein yn un o'r segmentau sy'n tyfu gyflymaf yn y DU. Cyrhaeddodd £5.4bn yn 2021; cynnydd o 56% ers y flwyddyn flaenorol.<sup>63</sup>

**Ffigur 1.23: Cyrhaeddiad cyfryngau cymdeithasol a'r amser mae oedolion sy'n eu defnyddio n ei dreulio arnynt, yn ôl llwyfan: Gorffennaf 2021–Chwefror 2022**



Ffynhonnell: © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaoedd Ar-lein Ipsos iris, Misol: 1 Gorffennaf 2021 – 28 Chwefror 2022, Oedolion: 15 oed a hyn, y DU. Nodyn: O ganlyniad i wella'r fethodoleg, efallai y bydd toriad yn y duedd o fis Ionawr 2022 ymlaen.

**Roedd refeniw cyfryngau cymdeithasol y DU wedi tyfu 46% yn 2021. Roedd YouTube a TikTok wedi tyfu'n gynt na chyfartaledd y farchnad**

Mae hysbysebion yn cynrychioli 91% o refeniw cyfryngau cymdeithasol, gyda thanysgrifiadau'n cynrychioli'r gweddill. O ran hysbysebu, fideo yw'r segment sy'n tyfu gyflymaf. Mae hyn yn cynnwys y segment 'fideo ar-lein – cyn/yn ystod/ar ôl'. Dyma'r hysbysebion sy'n cael eu dangos cyn, yn ystod ac ar ôl fideos ac sydd wedi cyrraedd cyfanswm refeniw'r DU o £2.2bn yn 2021, i fyny 75% ers 2020.

Eiddo cyfryngau cymdeithasol cyfun Meta yw'r mwyaf o lawer o unrhyw gwmni, gan ddefnyddio unrhyw fesur, gan gynnwys refeniw. Fodd bynnag, mae canlyniadau refeniw doleri UDA sy'n cael eu hadrodd yn fyd-eang gan Alphabet yn dangos bod refeniw YouTube wedi tyfu 43% yn 2021, tra'r

<sup>61</sup> 'Crynodeb' yw'r rhestr o straeon syn cael ei diweddarau'n gyson yng nghanol tudalen hafan Facebook. Mae'r crynodeb yn cynnwys diweddariadau statws, lluniau, fideos, dolenni, gweithgareddau apiau a beth mae pobl wedi hoffi, Tudalennau a grwpiau mae'r defnyddiwr yn eu dilyn ar Facebook. Ar [Instagram](#) mae'n cynnwys postiau o gyfrifon y mae'r defnyddiwr yn eu dilyn, postiau a awgrymir a hysbysebion gan fusnesau.

<sup>62</sup> Meta, [Trawsgrifiad o alwad enillion Meta Ch1 2022](#), 27 Ebrill 2022.

<sup>63</sup> Astudiaeth o Wariant ar Hysbysebion Digidol IAB UK/PwC, Ebrill 2022.

oedd Meta wedi adrodd am dwf refeniw o 37% ar gyfer yr un cyfnod. Roedd rhiant-gwmni TikTok, sef Bytedance, wedi adrodd am gynnydd o 70%.

**Ffigur 1.24: Cyfanswm refeniw blynyddol cyfryngau cymdeithasol yn y DU**

Y DU	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Refeniw blynyddol</b>	£1.8bn	£2.5bn	£3.2bn	£4.0bn	£4.7bn	£7.0bn
<b>Twf blynyddol</b>	37%	38%	28%	24%	18%	48%

*Ffynhonnell: Amcangyfrifon Ofcom ar sail data gan Astudiaeth o Wariant ar Hysbysebion Digidol IAB UK/PwC a ffeiliau cwmnïau sydd ar gael i'r cyhoedd.*

Ym mis Ebrill 2022 cytunodd Elon Musk i brynu Twitter am £35.5bn.<sup>64</sup> Yn Ch1 2022, adroddodd Twitter refeniw byd-eang o £750m - cynnydd o 16% ers Ch1 2021. Roedd y rhan fwyaf o hyn o refeniw hysbysebu, sef £810m.<sup>65</sup>

## Newyddion

### Y BBC yw'r gwasanaeth newyddion ar-lein sydd â'r cyrhaeddiad uchaf ar draws holl wledydd y DU

Ar gyfartaledd, roedd tri o bob deg (30%) o oedolion ar-lein yn y DU wedi defnyddio gwasanaeth newyddion ar-lein y BBC bob dydd ym mis Medi 2021. Dilynwyd hyn gan The Daily Mail (Mail Online) a The Sun; roedd 8% o oedolion y DU yn defnyddio'r ddau wasanaeth hwn bob dydd. Roedd 7% yn defnyddio The Guardian bob dydd, a 6% yn defnyddio The Mirror.<sup>66</sup>

Er mai'r BBC sydd ar y brig fel y wefan newyddion sydd â'r cyrhaeddiad uchaf ymysg oedolion ar-lein ym mhob un o wledydd y DU (fel y gwelir yn Ffigur 1.25), mae gan deitlau cenedlaethol lefelau cyrhaeddiad uchel hefyd. Ym mis Medi 2021, roedd 42% o oedolion ar-lein yn yr Alban wedi mynd i wefan y Daily Record, roedd 60% o oedolion ar-lein yng Nghymru wedi mynd i wefan Wales Online ac roedd 47% o oedolion ar-lein yng Ngogledd Iwerddon wedi mynd i wefan Belfast Live. Yn yr Alban, mae 24% o oedolion ar-lein yn cael gafael ar y Scottish Sun, sydd ychydig o dan hanner y 53% sy'n mynd i wefan neu'n defnyddio ap The Sun ledled y DU. Mae hyn yn awgrymu bod fersiwn genedlaethol y papur yn boblogaidd, ond nad yw'n cyfrif am y rhan fwyaf o'r ymweliadau cyffredinol â'r gwasanaeth. Mae'r gwasanaethau newyddion ar-lein sy'n ymddangos yn y deg uchaf i gyd yn cynnig rhywfaint, os nad y cyfan, o'u cynnwys yn rhad ac am ddim i ddefnyddwyr.<sup>67</sup> The Guardian yw'r unig un o'r papurau trymion ar-lein i ymddangos yn y deg uchaf; mae gan y Times, The Daily

<sup>64</sup> BBC, [Elon Musk yn taro borgen i brynu Twitter am \\$44bn](#), 26 Ebrill 2022.

<sup>65</sup> Twitter, [datganiad enillion Twitter Ch1 2022](#), 28 Ebrill 2022.

<sup>66</sup> © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaoedd Ar-lein Ipsos iris, 1 Medi 2021 – 30 Medi 2021, oedolion: 15 oed a hŷn, y DU.

<sup>67</sup> © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaoedd Ar-lein Ipsos iris, 1 Medi 2021 – 30 Medi 2021, oedolion: 15 oed a hŷn, gwledydd y DU.

Telegraph a'r Financial Times i gyd wal dalu a all gyfyngu ar eu cyrhaeddiad. Roedd brandiau newyddion wedi parhau i fudo i ddigidol gyda refeniw ar-lein yn cyrraedd £620m ac yn cynnwys 46% o gyfanswm y refeniw yn 2021, i fyny o 40% yn 2020.

### **Mae'r rhan fwyaf o oedolion sy'n defnyddio BBC News hefyd yn defnyddio gwasanaethau newyddion ar-lein eraill**

Yng Nghymru, roedd 85% o oedolion ar-lein a oedd wedi defnyddio Wales Online ac 88% a oedd wedi defnyddio The Guardian hefyd wedi defnyddio gwasanaethau BBC News.<sup>68</sup> Yn yr Alban, roedd 85% o oedolion ar-lein a oedd wedi defnyddio'r Daily Record a The Scotsman hefyd wedi defnyddio BBC News, ac roedd 64% o oedolion ar-lein a oedd wedi defnyddio'r Scotsman hefyd wedi mynd i wefan y Daily Record.<sup>69</sup> Mae hyn yn dangos bod oedolion ar-lein fel arfer yn defnyddio amrywiol ffynonellau newyddion ar-lein, yn hytrach na chael eu newyddion o un ffynhonnell.

Mae gan wasanaeth cyd-gasglu newyddion Apple, sy'n dod â straeon newyddion o amrywiaeth o ffynonellau at ei gilydd, ei gyrhaeddiad uchaf ymysg oedolion yn Lloegr (42%), o'i gymharu â'r Alban (35%), Gogledd Iwerddon (35%) a Chymru (29%).<sup>70</sup>

---

<sup>68</sup> © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaoedd Ar-lein Ipsos iris, 1 Medi 2021 – 30 Medi 2021, oedolion: 15 a hŷn, Cymru.

<sup>69</sup> © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaoedd Ar-lein Ipsos iris, 1 Medi 2021 – 30 Medi 2021, oedolion: 15 oed a hŷn, Yr Alban.

<sup>70</sup> © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaoedd Ar-lein Ipsos iris, apple news, 1 Medi 2021 – 30 Medi 2021, oedolion: 15 oed a hŷn, Yr Alban.

**Ffigur 1.25: Cyrhaeddiad oedolion ar-lein yn y DU i'r deg prif wasanaeth newyddion ar-lein, yn ôl gwlad yn y DU: Medi 2021**

	Y DU		Lloegr		Yr Alban		Cymru		Gogledd Iwerddon	
Safle	Brand	Cyrhaeddiad	Brand	Cyrhaeddiad	Brand	Cyrhaeddiad	Brand	Cyrhaeddiad	Brand	Cyrhaeddiad
1	BBC	71%	BBC	72%	BBC	70%	BBC	70%	BBC	75%
2	The Sun	46%	The Sun	46%	The Sun	53%	Wales Online	60%	Belfast Live	47%
3	Mirror	44%	Mirror	43%	Mirror	45%	Mirror	50%	Mirror	41%
4	Mail Online	42%	Mail Online	43%	Daily Record	42%	The Sun	44%	Belfast Telegraph	37%
5	Apple	40%	Apple	42%	Mail Online	42%	Mail Online	39%	The Sun	37%
6	The Guardian	37%	The Guardian	37%	The Guardian	38%	The Guardian	39%	Mail Online	37%
7	Daily Express	35%	Yahoo!	36%	Apple	35%	The Independent	36%	Apple	35%
8	Yahoo!	35%	Daily Express	36%	Daily Express	35%	Yahoo!	34%	Daily Express	30%
9	Metro	31%	Metro	31%	Metro	32%	Daily Express	33%	The Guardian	29%
10	The Independent	31%	The Independent	30%	The Scotsman	32%	Metro	30%	Daily Star	26%

*Ffynhonnell: © Ipsos, Gwasanaeth Mesur Cynulleidfaoedd Ar-lein Ipsos iris, Adroddiad safleoedd, 1 Medi 2021 – 30 Medi 2021, oedolion: 15 oed a hŷn, y DU.*

**Ffigur 1.26: Refeniw newyddion ar-lein blynyddol y DU**

Y DU	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Refeniw blynyddol</b>	£1.0bn	£1.1bn	£1.2bn	£1.3bn	£1.2bn	£1.4bn
<b>Twf blynyddol</b>	5%	14%	7%	6%	-4%	16%

*Ffynhonnell: Amcangyfrifon Ofcom ar sail data gan Astudiaeth o Wariant ar Hysbysebion IAB UK/PwC, PwC Global Entertainment and Media Outlook: 2020-2024 a 2021-2025, <http://www.pwc.com/outlook>, Adroddiad Gwariant WARC/AA, ac adroddiadau cwmniau a ffeiliau cyhoeddus.*