

# Výsledky dotazníkového šetření

**Ambrožová M. (IBA MUNI), Veverková L. (FN Olomouc)**

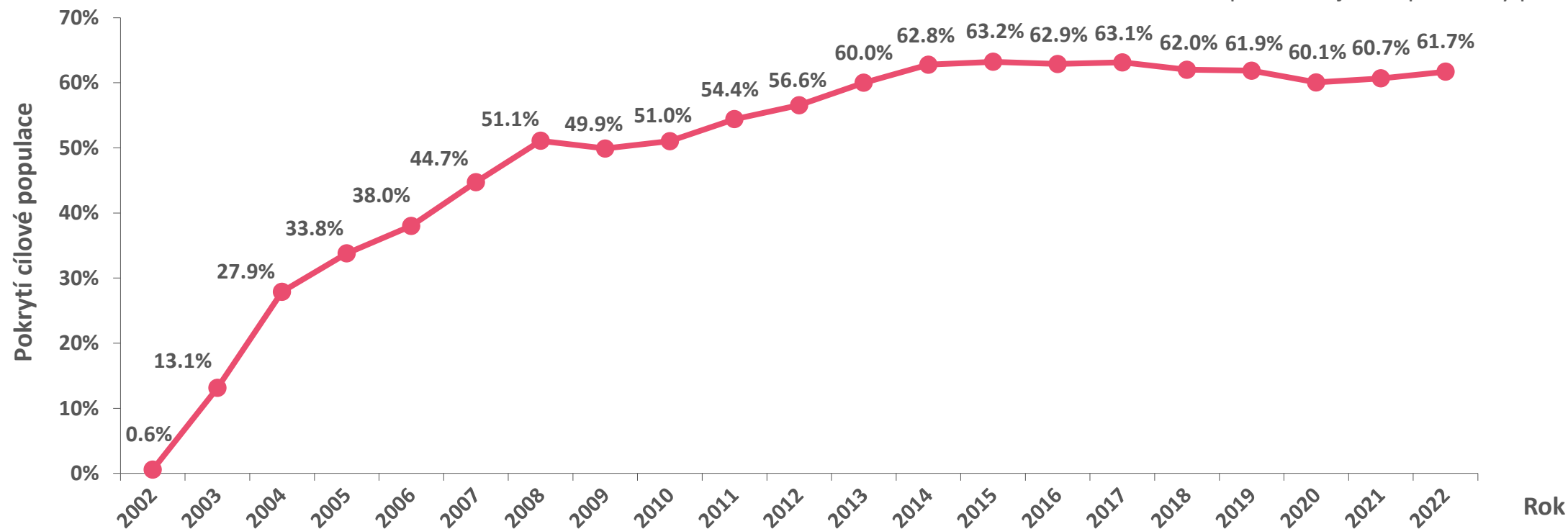
## Proč zvát?

- **Worldwide Review and Meta-Analysis of Cohort Studies Measuring the Effect of Mammography Screening Programmes on Incidence-Based Breast Cancer Mortality. 2020**
  - snížení mortality o 22% u žen pozvaných do screeningového programu
- **Evidence for reducing cancer-specific mortality due to screening for breast cancer in Europe: A systematic review. 2020**
- **Screeningové programy mají potenciál významně snížit úmrtnost na dané onemocnění. Aby se tento potenciál naplnil, musí být míra účasti ve screeningovém programu dostatečně vysoká ([www.mamo.cz](http://www.mamo.cz)).**

# Vývoj pokrytí mamografickým screeningem

věková skupina **45–69 let**, rok 2022: 1 822 202

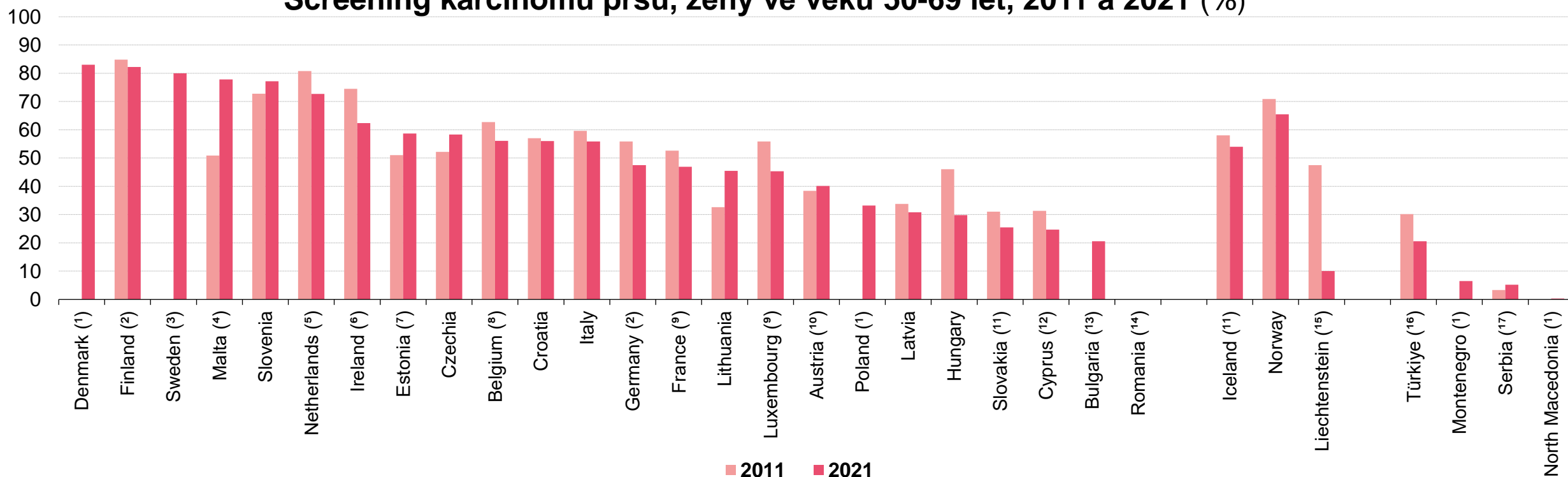
věk představuje věk pacientky při vyšetření



Od roku 2008 je screeningem pokryta přibližně polovina populace ve věku 45–69 let  
V posledních letech se pokrytí stabilizovalo na hodnotě přes 60 %, v roce 2020 a 2021 mírně pokleslo, což bylo způsobeno pandemií COVID-19.

# Pokrytí mamografickým screeningem v zahraničí

## Screening karcinomu prsu, ženy ve věku 50-69 let, 2011 a 2021 (%)



Pozn.: podíl žen ve věku 50 až 69 let, které podstoupily mamografii během předchozích dvou let (nebo podle specifické frekvence screeningu doporučené v každé zemi). Tato hodnota je uvedena jako podíl žen, které mají nárok na účast v organizovaném screeningovém programu. Řecko, Španělsko a Portugalsko: není k dispozici.

(1) 2011: not available. (2) 2021: estimate. (3) Women aged 40–74 years. Screening within the previous 18 to 24 months. 2011: not available. (4) 2011: women aged 50–59 years. (5) 2021: women aged 49–69 years. (6) Age group has been changing from 50–64 years to 50–69 years. 2021: provisional. (7) 2011: women aged 50–62 years. (8) 2020 instead of 2021. (9) 2021: provisional. (10) 2015 instead of 2011. (11) Women aged 40–69 years. (12) Excludes screening in the private sector. (13) 2017 instead of 2021. (14) 2014 instead of 2011. 2021: not available. (15) Break in series. (16) Women aged 40–69 years. 2013 instead of 2011. (17) 2015 instead of 2011.

Zdroj dat: Eurostat, <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/bookmark/e3def403-c764-4e84-b95d-b998396b0dc9?lang=en>

## ECIBC

Pro pozvání asymptomatických žen ve věku 50 až 69 let s průměrným rizikem rakoviny prsu k účasti na organizovaných populačních screeningových programech ECIBC Guidelines Development Group (GDG) doporučuje:

- použít dopis, s podpisem praktického lékaře, s pevným termínem
- následuje telefonická upomínka
- následuje písemná upomínka

GDG vypracovalo doporučení k používání elektronických prostředků, pro které GDG navrhuje použít dopis s upozorněním SMS nebo automatický telefonát. Pokud tyto strategie nejsou k dispozici, GDG navrhuje buď e-mail, sms nebo automatický telefonát.

## Zvaní žen

- Zvaní dopisem do 1. kola screeningu s vysvětlením výhod a nevýhod plynoucích z účasti ve screeningovém programu, informovaný souhlas
- Zvaní do dalších kol

## Pozor

- Ženy by se neměly cítit tak, že jsou „pod tlakem“
- Nemělo by jim být „vyhrožováno“
- Měla by být realisticky popsána pozitiva a negativa účasti ve screeningovém programu
- Nejsou formulovaná doporučení pro zvaní věkových skupin 45-49 a 70-74 let, pro které je ale screening podmíněně doporučen

## Dotazník

- Zvete své klientky aktivně? Pokud ano, v jakém intervalu, zvete všechny nebo jen specifické skupiny, jakým způsobem je zvete? Odkdy klientky zvete aktivně?
- Ptáte se klientek, jestli se zvaním souhlasí, ptáte se, jakým způsobem chtějí být pozvané?

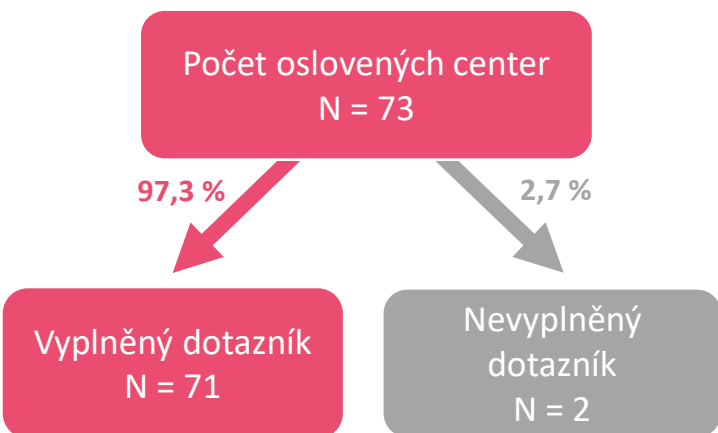
### **Strategies for increasing the participation of women in community breast cancer screening, 2001**

- Reagují na vaše pozvání?

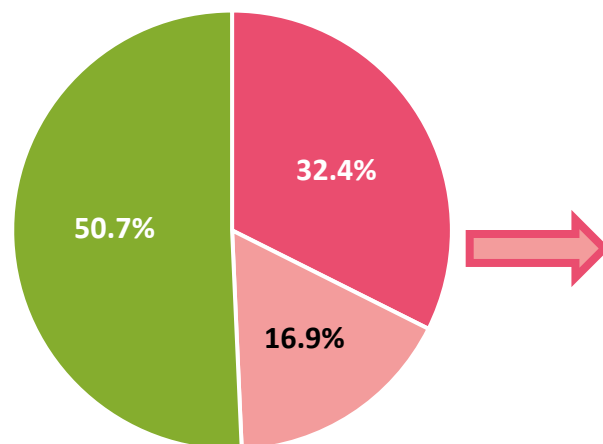


# Zvaní žen na screeningovou mamografii

## Zapojení center do průzkumu

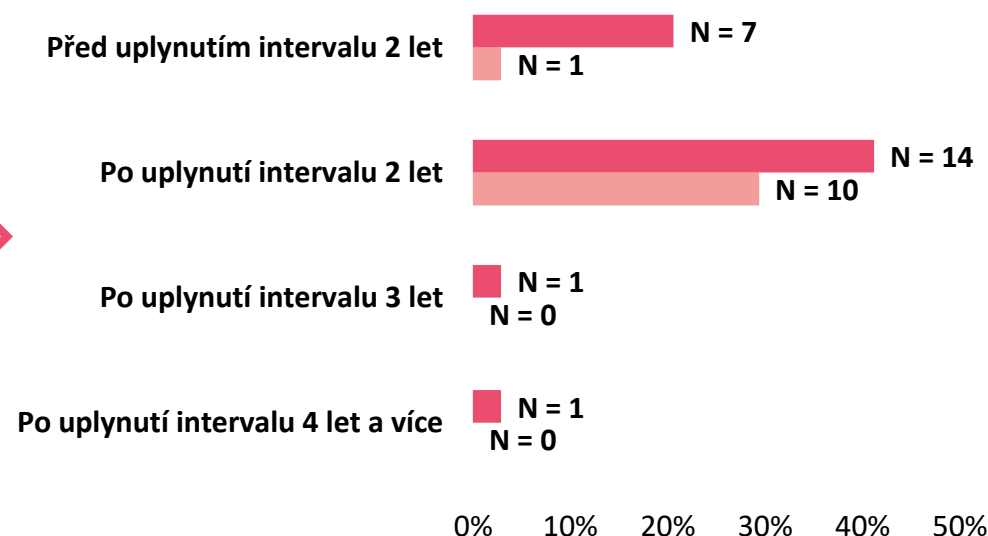


## Zvaní klientek centrem (N = 71)



- Zvaní všech klientek (N = 23)
- Zvaní určité skupiny klientek (N = 12)
- Bez zvaní klientek (N = 36)

## Interval zvaní klientek (N = 35\*)



Ze **73 oslovených** screeningových center **vyplnilo dotazník 71 (97 %) center**.  
 Celkem **35 (49 %) center zve všechny (23; 32 %) nebo určité skupiny klientek (12; 17 %) na další screeningovou mamografii, zvaní určité skupiny klientek bylo založeno nejčastěji na věkovém kritériu**.  
 Téměř tři čtvrtiny pracovišť (24; 71 %) zve své klientky na screeningovou mamografii po uplynutí intervalu 2 let.

# Forma zvaní klientek

N = 35\* pracovišť

Forma zvaní	Počet center
SMS	10 (29,4 %)
Dopis	8 (23,5 %)
SMS + Kartačka	4 (11,8 %)
Dopis + SMS	2 (5,9 %)
Dopis + SMS + Kartačka + Jiná forma zvaní	2 (5,9 %)
SMS + Email + Kartačka	2 (5,9 %)
Email	1 (2,9 %)
Jiná forma zvaní	1 (2,9 %)
Dopis + SMS + Kartačka	1 (2,9 %)
Dopis + Kartačka	1 (2,9 %)
Dopis + SMS + Email	1 (2,9 %)
Kartačka + Jiná forma zvaní	1 (2,9 %)

\* Informace o způsobu zvaní klientek nebyla vyplněna u 1 pracoviště.

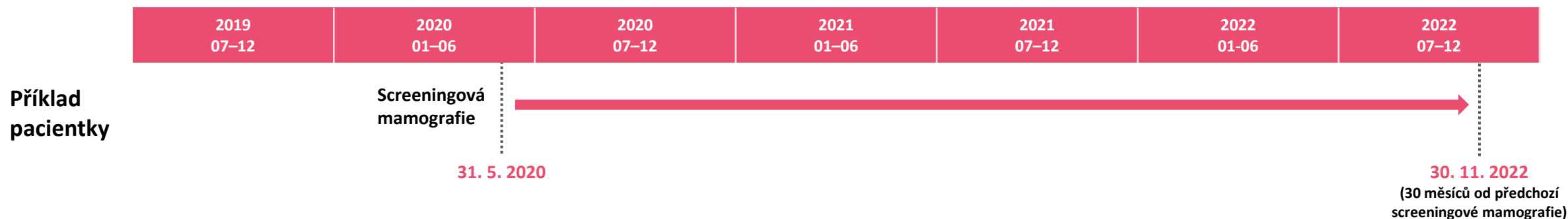
**Centra zvou své klientky nejčastěji formou SMS (29,4 %) nebo dopisem (23,5 %). Často centra ke zvaní využívají kombinaci více forem zvaní.**

# Kvantitativní analýza žen

## Design kvantitativní analýzy

- V rámci analýzy byl sledován indikátor „**Návrat žen do screeningu**“, který určuje **podíl žen, které podstoupily další screeningové vyšetření od 22 do 30 měsíců od předchozí screeningové mamografie**.
- **Zdroj dat:** Registr screeningu karcinomu prsu, IBA LF (uzavřená data do roku 2022)
- Z analýzy byly vyřazeny ženy, kterým byl v rámci předchozí screeningové mamografie zjištěn karcinom prsu.
- Indikátor byl sledován pro každé centrum zvlášť v čase.
- **Příklad výpočtu :**

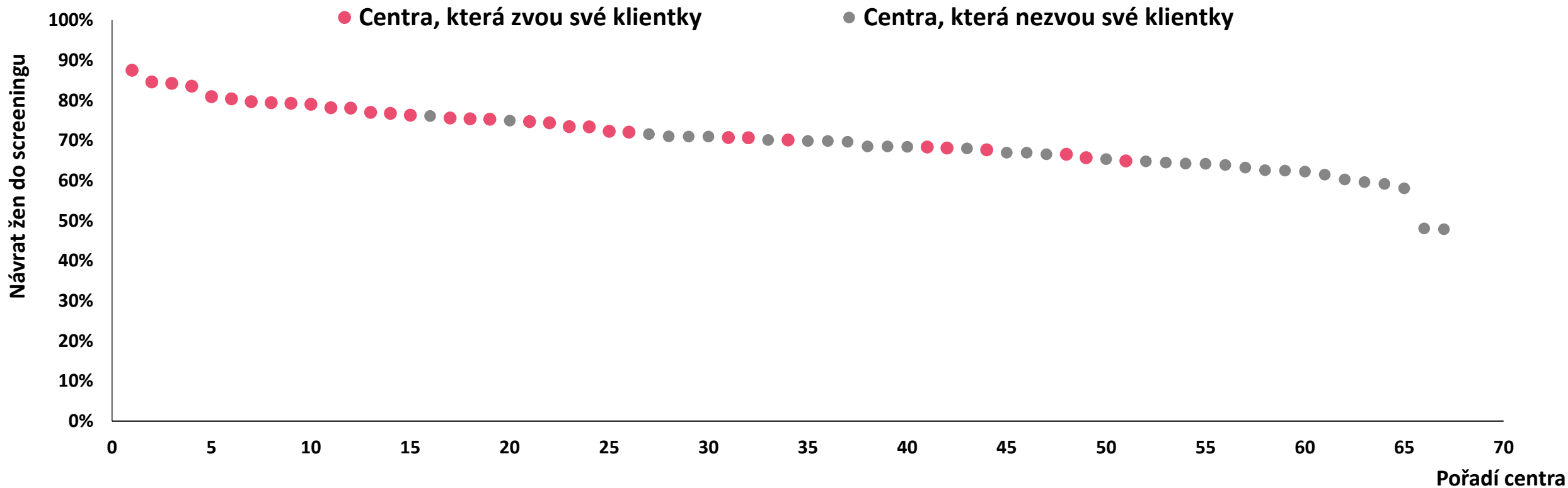
$$\text{Návrat žen do screeningu v r. 2022} = \frac{\text{Počet žen, které podstoupily další screeningové vyšetření od 22 do 30 měsíců od předchozí screeningové mamografie}}{\text{Počet žen, kterým byla provedena screeningová mamografie v období od července 2019 do června 2020}}$$



- Další fáze analýzy byla zaměřena na srovnání indikátoru „**Návrat žen do screeningu v r. 2022**“ v rámci center, která zvu své klientky na další screeningové vyšetření, a center bez zvacího programu žen.
- Do analýzy byla zařazena pouze centra, která začala se zvaním žen na další screeningové vyšetření nejpozději v r. 2021.

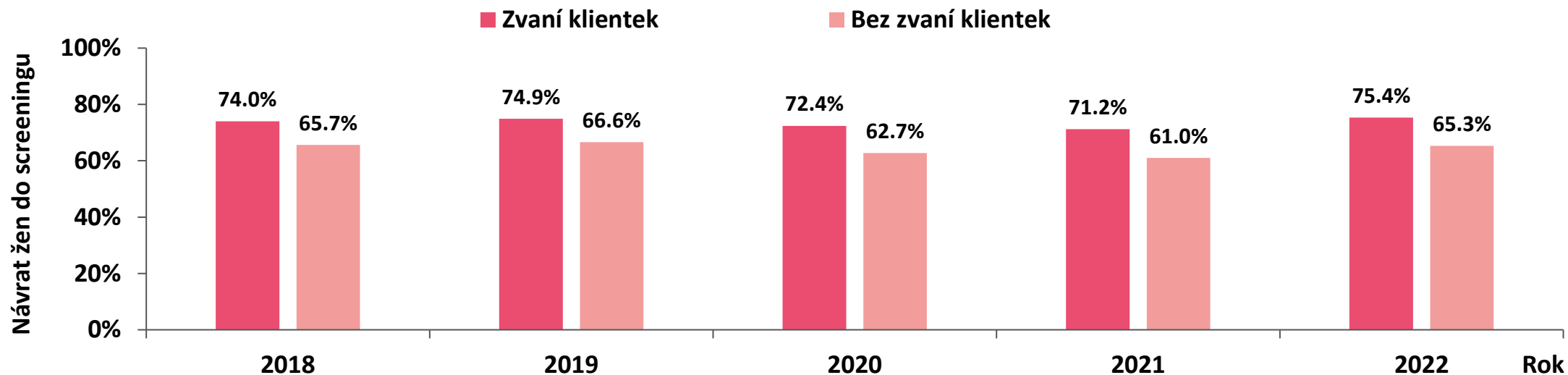
# Dopad zvaní na účast žen dle center v roce 2022

Návrat žen do screeningu v roce 2022  
647 520 screeningových mamografií  
67 center



Centra, která zvou své klientky na další screeningové vyšetření zauímají přední pozice ve srovnání s ostatními centry.

## Dopad zvaní na účast žen

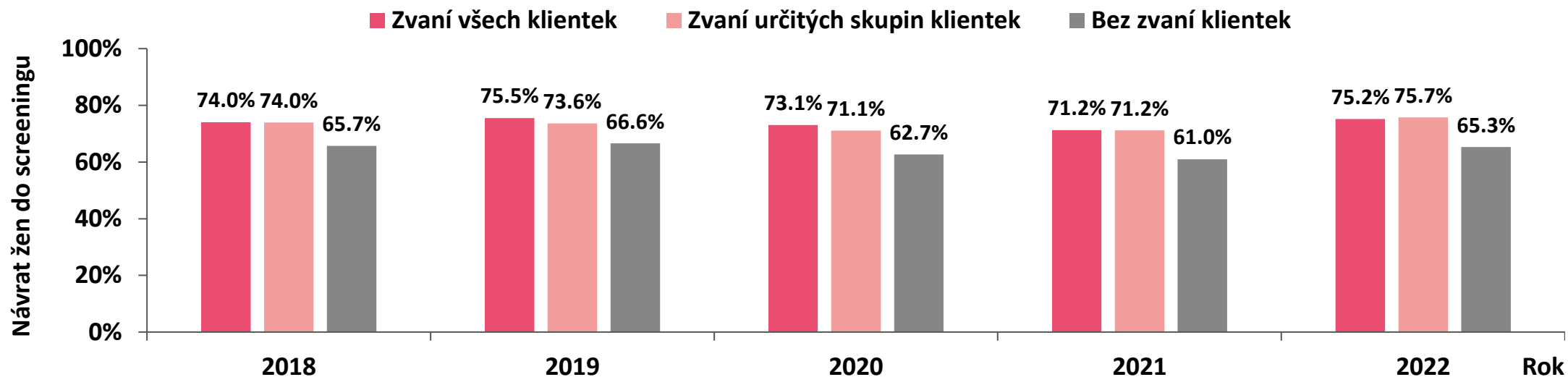


Počet scr. mamografií (počet center)	2018	2019	2020	2021	2022
Zvaní klientek	317 928 (30)	342 882 (32)	349 170 (33)	364 082 (33)	350 349 (33)
Bez zvaní klientek	342 268 (35)	321 989 (33)	322 079 (34)	325 769 (34)	297 171 (34)
P-hodnota	< 0,001	< 0,001	< 0,001	< 0,001	< 0,001

Pozn.: P-hodnota byla získána na základě Mannova-Whitneyova testu

**Zvaní žen k dalšímu screeningovému vyšetření má pozitivní dopad na jejich účast. U center, která zvou své klientky, sledujeme vyšší účast žen na dalším screeningovém vyšetření, a to o zhruba 10 p. b. v porovnání s centry, která své klientky nezvou.**

## Dopad zvaní na účast žen – dle rozsahu zvaní

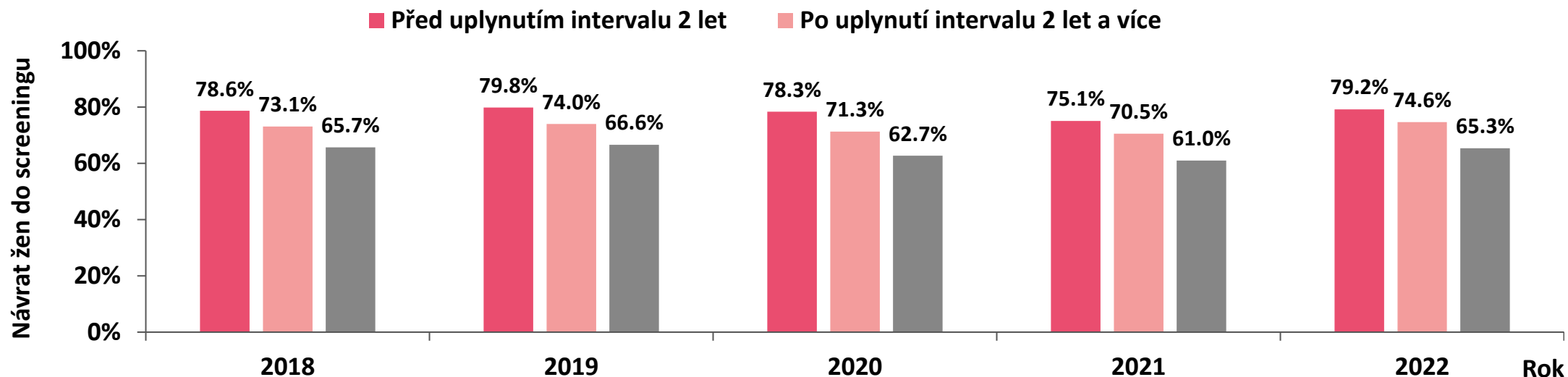


Počet scr. mamografií (počet center)	2018	2019	2020	2021	2022
Zvaní všech klientek	215 863 (21)	228 006 (22)	233 628 (22)	242 023 (22)	234 256 (22)
Zvaní určitých skupin klientek	102 065 (9)	114 876 (10)	115 542 (11)	122 059 (11)	116 093 (11)
P-hodnota	0,176	0,190	0,143	0,925	0,895

Pozn.: P-hodnota byla získána na základě Mannova-Whitneyova testu

**Nebyl pozorován statisticky významný rozdíl podílu žen, které došly na další screeningové vyšetření mezi centry, která zvou všechny své klientky a centry, která zvou pouze určité skupiny klientek.**

## Dopad zvaní na účast žen – dle intervalu zvaní



Počet scr. mamografií (počet center)	2018	2019	2020	2021	2022
Před uplynutím intervalu 2 let	60 152 (7)	60 220 (7)	61 006 (7)	65 625 (7)	65 469 (7)
Po uplynutí intervalu 2 let a více	251 742 (22)	276 634 (24)	282 291 (25)	292 150 (25)	279 298 (25)
P-hodnota	0,139	0,085	0,083	0,395	0,281

Pozn.: P-hodnota byla získána na základě Mannova-Whitneyova testu

Nejvyšší podíl žen, které došly na další screeningové vyšetření byl pozorován u center, která zvou své klientky před uplynutím 2letého intervalu. Tato centra dosahovala téměř 80% návratnosti žen.



## Závěr

- Do analýzy bylo zařazeno 71 center, včetně satelitních pracovišť, z toho 35 (49 %) center zve své klientky k dalšímu screeningovému vyšetření.
- Zvaní žen k dalšímu screeningovému vyšetření má pozitivní dopad na jejich účast. U center, která zvou své klientky, sledujeme vyšší účast žen na dalším screeningovém vyšetření.
- Nejvyšší podíl žen, které došly na další screeningové vyšetření byl pozorován u center, která zvou své klientky před uplynutím 2letého intervalu. U center, která zvou své klientky po 3 a více let od poslední screeningové mamografie, pravděpodobně dochází k prolínání zvaní center a zvaní žen pojišťovnami v rámci adresného zvaní.
- Centra zvou své klientky nejčastěji formou SMS či dopisem. Často ke zvaní využívají kombinace více forem zvaní.